

"CÁ CHÉP HÓA RỒNG"

Marc Nager
Clint Nelsen
Franck Nouyrigat

Startup Weekend

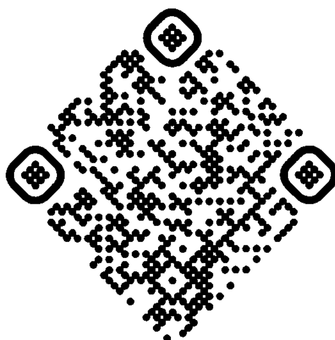
Khởi nghiệp cuối tuần

Đoàn Đức Thuận, Nguyễn Linh Thảo, Nguyễn Cẩm Chi *dịch*

alphabooks
NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo



SCAN TO JOIN

Mục lục

Cuốn sách này dành tặng cho các doanh nhân.

Bởi vì có bạn, thế giới này đã trở nên tốt đẹp hơn.

Lời tựa
CARL SCHRAMM VÀ STEVE BLANK

NGHỆ THUẬT VÀ KHOA HỌC KHỞI NGHIỆP TRONG THỜI ĐẠI CÁCH MẠNG

Trong tương lai, chúng ta sẽ coi thập kỷ này (2010 đến 2020) là sự khởi đầu của một cuộc cách mạng kinh tế quan trọng và làm thay đổi thế giới tương tự như cuộc Cách mạng Khoa học thế kỷ XVI và Cách mạng Công nghiệp thế kỷ XVIII. Chúng ta hiện đang đứng tại xuất phát điểm của cuộc cách mạng tinh thần doanh nhân. Điều này không mang hàm ý rằng ngày càng có nhiều sản phẩm phát triển trên nền tảng công nghệ (mặc dù chúng ta sẽ chia sẻ về điều này). Đúng hơn, như chúng ta đã biết, đây là cuộc cách mạng sẽ vĩnh viễn định hình lại

hoạt động kinh doanh, và quan trọng hơn, nó thay đổi chất lượng cuộc sống của các thế hệ sau trên khắp hành tinh. Và các tổ chức như Startup Weekend đang dẫn đầu sự phát triển đột phá này.

NHỮNG RÀO CẢN CỦA TINH THẦN DOANH NHÂN

Hơn 40 năm qua, các công ty khởi nghiệp tiếp tục đổi mới theo từng đợt sóng công nghệ mới. Tuy nhiên, tỷ lệ đổi mới bị các giới hạn mà chúng ta chỉ mới bắt đầu hiểu rõ cản trở. Trong vài năm gần đây, chúng ta buộc phải hiểu thực tế rằng các công ty khởi nghiệp trong quá khứ đã bị cản trở bởi những nhân tố sau:

> Chu kỳ phát triển công nghệ kéo dài (khoảng thời gian từ lúc có ý tưởng đến khi hình thành sản phẩm kéo dài bao lâu).
>
> Chi phí thu hút những khách hàng đầu tiên cao (chi phí xây dựng sản phẩm).
>
> Cấu trúc của ngành công nghiệp vốn đầu tư mạo hiểm. (Số lượng giới hạn các công ty vốn đầu tư mạo hiểm, mỗi công ty cần đầu tư hàng triệu đô-la cho từng công ty khởi nghiệp.)
>
> Chuyên môn hóa trong cách xây dựng công ty khởi nghiệp (đã quy tụ thành những vùng cụ thể như Thung lũng Silicon, Boston và New York).
>
> Tỷ lệ thất bại trong các vụ đầu tư mạo hiểm mới (các công ty khởi nghiệp không có những quy tắc chính thức, và thường xuyên đạt được hoặc bỏ lỡ các đề xuất).

> Khả năng tiếp nhận công nghệ mới của các chính phủ và công ty lớn diễn ra chậm chạp.

May mắn thay, nhiều thành tố kể trên đã thay đổi mạnh mẽ trong vài năm gần đây. Không chỉ chu kỳ của công nghệ đang tăng tốc và chi phí đưa sản phẩm đến tay khách hàng đang giảm dần, mà các tổ chức như Startup Weekend cũng đang trang bị kiến thức cũng như mạng lưới cho nhiều doanh nhân hơn.

SỰ DÂN CHỦ HÓA CỦA TINH THẦN DOANH NHÂN

Những gì đang diễn ra không chỉ đơn thuần là sự thay đổi về công nghệ nữa; mà trên thực tế, sự thay đổi nằm ở nhiều nhân tố kìm hãm và giới hạn các công ty khởi nghiệp, và sự đổi mới đang dần bị loại bỏ. Tất cả diễn ra cùng lúc và ngay bây giờ.

Nén chu kỳ phát triển sản phẩm

Các công ty khởi nghiệp trước đây tốn rất nhiều thời gian để hiện thực hóa tầm nhìn của nhà sáng lập về những gì khách hàng muốn, họ cũng phải mất hàng tháng hoặc thậm chí hàng năm để xây dựng sản phẩm đầu tiên. Điều đó có nghĩa là họ đã tích hợp hầu hết mọi tính năng khả thi mà nhóm sáng lập đã mường tượng vào sản phẩm hoàn chỉnh. Thời gian trôi qua, các công ty khởi nghiệp nhận ra rằng khách hàng không sử dụng hoặc không muốn hầu hết các tính năng sau khi sản phẩm được giao đến tay họ. Các nhà sáng lập đã mắc sai lầm đơn giản ngay trong những giả định về nhu cầu của khách hàng, và họ lãng phí đáng kể nỗ lực để phát triển tất cả các tính năng vô ích đó.

May thay, các công ty khởi nghiệp ngày nay đã bắt đầu xây dựng sản phẩm theo cách khác. Thay vì xây dựng tối đa số lượng tính

năng mà họ có thể tưởng tượng ra, các công ty khởi nghiệp xem xét đưa ra số lượng tính năng tối thiểu trong khoảng thời gian ngắn nhất. Cách làm này cho phép họ ra mắt phiên bản sản phẩm đầu tiên nhanh hơn nhiều. Trên thực tế, đối với các sản phẩm chỉ là những phần mềm phân phối qua website, sản phẩm đầu tiên có thể được chuyển giao đến tay khách hàng chỉ trong vài tuần thay vì vài năm.

Xây dựng các công ty khởi nghiệp trị giá hàng nghìn đô-la thay vì hàng triệu đô-la

Các công ty khởi nghiệp truyền thống đòi hỏi hàng triệu đô-la tiền vốn chỉ để đưa sản phẩm đầu tiên đến với khách hàng. Ví dụ, một công ty phát triển phần mềm sẽ phải mua máy tính kèm bản quyền phần mềm từ công ty khác và thuê nhân sự để vận hành và duy trì nó. Một công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực phần cứng phải chi tiền để xây dựng sản phẩm mẫu và chuẩn bị mọi thứ cho nhà máy sản xuất sản phẩm.

Ngày nay, phần mềm mã nguồn mở đã cắt giảm chi phí phát triển phần mềm từ hàng triệu
đô-la xuống còn hàng nghìn đô-la. Không công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực phần cứng cho người tiêu dùng (consumer hardware startup) nào phải xây dựng nhà máy riêng, bởi tất cả chi phí đã được các nhà sản xuất nước ngoài khấu hao. Và chi phí phát hành sản phẩm đầu tiên ra thị trường đối với một công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử đã giảm tối thiểu 10 lần trong thập kỷ vừa qua.

Cấu trúc mới của ngành công nghiệp vốn đầu tư mạo hiểm

Chi phí đưa sản phẩm đầu tiên ra thị trường giảm mạnh, đặc biệt đối với các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực điện tử, đã làm rung chuyển ngành công nghiệp vốn đầu tư mạo hiểm. Vốn đầu tư mạo hiểm đã từng tập trung xung quanh các công ty chính thức có trụ sở tại những khu vực như Thung lũng Silicon, Boston và New York. Trong khi các doanh nghiệp này vẫn tồn tại và phát triển, lượng tiền để đầu tư vốn đầu cơ vào các công ty khởi nghiệp đã mở rộng, và một tầng lớp nhà đầu tư mới nổi lên. Các nhóm nhà đầu tư mới được gọi là siêu thiên thần, thường nhỏ hơn các quỹ đầu tư mạo hiểm hàng trăm triệu đô-la truyền thống, có thể đầu tư các khoản cần thiết nhỏ hơn để giúp khởi tạo một công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực Internet người dùng (consumer Internet startup). Những thiên thần này thực hiện hàng loạt các vụ đánh cược sớm và lớn hơn ngay khi các kết quả ban đầu xuất hiện. Và thành quả mà họ nhận được thường xuất hiện sớm hơn nhiều năm so với những công ty khởi nghiệp truyền thống.

Ngoài các siêu thiên thần, những vườn ươm khởi nghiệp như Y Combinator, TechStars, và hơn 100 vườn ươm tương tự trên toàn thế giới đã bắt đầu chính thức hóa việc đầu tư hạt giống. Họ trả các chi phí cho chương trình chính thức kéo dài ba tháng, trong khi công ty khởi nghiệp xây dựng điều gì đó đủ ấn tượng để gây nguồn quỹ tăng trưởng lớn hơn.

Tuy nhiên, những sự kiện áp chót trong lĩnh vực này là Startup Weekend: chuỗi hội thảo 54 giờ cho phép các lập trình viên, nhà thiết kế, nhà marketing, nhà quản lý phát triển sản phẩm và những người say mê khởi nghiệp cùng nhau chia sẻ ý tưởng, thành lập đội nhóm, xây dựng sản phẩm và tạo ra các công ty khởi nghiệp.

Startup Weekend cũng nhấn mạnh thực tế rằng các quỹ đầu tư mạo hiểm và đầu tư thiên thần không còn là hiện tượng tập trung tại Mỹ hay châu Âu. Vốn đầu cơ đã xuất hiện tại Trung Quốc, Ấn Độ và các quốc gia khuyến khích đầu cơ, đổi mới và thanh khoản trong một quy mô mà trước đây chỉ thấy ở Mỹ.

Sự nổi lên của các vườn ươm và siêu thiên thần này đã đột ngột mở rộng nguồn vốn hạt giống. Đồng thời, sự toàn cầu hóa của tinh thần doanh nhân đồng nghĩa với số lượng các công ty khởi nghiệp tiềm năng trên toàn thế giới đang tăng lên ít nhất 10 lần kể từ đầu thế kỷ này.

Tinh thần doanh nhân là khoa học quản lý chính nó

Hơn 10 năm qua, các doanh nhân bắt đầu hiểu một thực tế quan trọng: Các công ty khởi nghiệp không đơn giản chỉ là phiên bản nhỏ hơn của những công ty lớn. Trong khi các công ty thực thi những mô hình kinh doanh, thì các công ty khởi nghiệp tìm kiếm một mô hình kinh doanh. Hoặc đúng hơn, các công ty khởi nghiệp là một tổ chức tạm thời được thiết kế để tìm kiếm một mô hình kinh doanh có thể mở rộng và lặp lại.

Do đó, thay vì sử dụng kỹ thuật quản lý của các công ty lớn, vốn thường xuyên bóp nghẹt sự đổi mới trong những công ty khởi nghiệp trẻ, các doanh nhân bắt đầu phát triển các công cụ quản lý của riêng họ. Sử dụng bộ giải pháp mô hình kinh doanh/phát triển khách hàng/giải pháp phát triển linh hoạt, trước tiên, các cá nhân này đưa ra các giả định (nói cách khác là mô hình kinh doanh của họ), sau đó kiểm tra các giả thiết này với khách hàng (phát triển khách hàng) và sử dụng phương pháp phát triển gia tăng và lặp đi lặp lại (phát triển linh hoạt) để xây dựng sản phẩm.

Khi nhà sáng lập phát hiện ra các giả định của họ là sai lầm nhưng không dẫn đến khủng hoảng, họ chắc chắn xem đây là sự kiện để học hỏi, hay còn gọi là tinh chỉnh – và là cơ hội để họ thay đổi mô hình kinh doanh.

Kết quả là các công ty khởi nghiệp ngày nay có những công cụ để tăng tốc tìm kiếm khách hàng, giảm thiểu thời gian tiếp cận thị trường và hạn chế chi phí phát triển.

Đổi mới định hướng Internet người dùng

Trong thập niên 1950 và 1960, các tổ chức tình báo và quốc phòng Mỹ đã kiểm soát tốc độ phát triển đổi mới sáng tạo của Thung lũng Silicon bằng cách đầu tư vốn nghiên cứu và phát triển cho các trường đại học, và mua các hệ thống vũ trang sử dụng những chi tiết siêu tần và bán dẫn đầu tiên của thung lũng. Trong thập niên 1970, 1980 và 1990, động lực dần dịch chuyển sang khối doanh nghiệp khi các doanh nghiệp lớn hỗ trợ đổi mới trong lĩnh vực máy tính cá nhân, phần cứng truyền thông và phần mềm doanh nghiệp. Tuy nhiên, ngày nay, chính phủ và doanh nghiệp thường theo sau hơn là dẫn đầu. Người tiêu dùng – đặc biệt là các công ty Internet người dùng – mới là bộ phận định hướng đổi mới. Khi sản phẩm và kênh là các bit, việc được hơn hàng chục triệu và hàng trăm triệu người dùng chấp nhận có thể diễn ra trong vài năm thay vì vài thập kỷ.

Sự phi thường của tinh thần doanh nhân

Rào cản đối với tinh thần doanh nhân chưa được gỡ bỏ. Trong hầu hết mọi trường hợp, các rào cản này đang được thay thế bởi những đổi mới đang tăng tốc từng bước, một số tăng tốc gấp 10 lần. Ví dụ, thời gian cần thiết để đưa sản phẩm đầu tiên ra thị

trường tại các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử đã giảm 10 lần, tương ứng với chi phí cần thiết để đưa sản phẩm đầu tiên ra thị trường. Thêm vào đó, số lượng nguồn vốn ban đầu cho các doanh nhân đã tăng ít nhất 10 lần. Dù đổi mới đang dịch chuyển với tốc độ Internet, nhưng nguồn vốn dành cho đổi mới không chỉ xoay quanh các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử. Chúng được phân phối rộng khắp đến các doanh nghiệp, và cuối cùng, đến mọi phân khúc kinh doanh khác.

TRONG ĐÊM TỐI, CHÚNG TA THẤY CÁC VÌ SAO

Điều đó phải chăng có nghĩa là chúng ta đang ở đỉnh của một cuộc cách mạng quan trọng như cuộc cách mạng khoa học và công nghiệp? Các cuộc cách mạng không thể hiện “tính cách mạng” khi chúng diễn ra. Khi James Watt ra mắt động cơ hơi nước vào năm 1775, không ai nói rằng: “Đây là ngày mọi thứ đổi thay.” Khi Karl Benz lái xe vòng quanh Mannheim vào năm 1885, không ai nói rằng: “Trong một thế kỷ nữa sẽ có 500 triệu chiếc xe như này được lái khắp nơi.” Và chắc chắn năm 1958, khi Noyce và Kilby sáng chế ra vi mạch, ý định một tỷ tỷ bóng bán dẫn được sản xuất mỗi năm dường như thật lố bịch.

Tuy nhiên, có thể chúng ta sẽ nhìn lại và thấy thập kỷ này là sự khởi đầu của cuộc cách mạng của riêng chúng ta. Chúng ta có thể nhớ đây là thời điểm mà những khám phá khoa học và đột phá công nghệ đã được tích hợp vào cơ cấu xã hội nhanh hơn trước, hoặc tốc độ vận hành của các công ty đã thay đổi mãi mãi. Chúng ta có thể nhớ đó là thời điểm chúng ta tái phát minh nền kinh tế Mỹ và tổng sản phẩm quốc nội của chúng ta đã bắt đầu tăng lên, Mỹ và thế giới đã đạt đến mức độ giàu có chưa từng thấy. Đây có

thể là buổi bình minh của một kỷ nguyên mới cho nền kinh tế Mỹ được xây dựng dựa trên tinh thần doanh nhân và đổi mới. Startup Weekend là bước đi đầu tiên của cuộc cách mạng này: Một phong trào nền tảng đưa công nghệ, công cụ và mạng lưới đến những người cam kết tạo ra sự thay đổi tích cực nhất trên thế giới. Nói tóm lại, kỷ nguyên này có thể là thời kỳ mà con cái chúng ta sẽ nhìn lại và ngạc nhiên rằng khi tối trời nhất, chúng ta đã thấy những vì sao.

LỜI NÓI ĐẦU

NHỮNG GÌ TẠO NÊN một công ty khởi nghiệp thành công? Máu, mồ hôi và cả nước mắt (cùng sự vui thú) thì có thể, nhưng từng yếu tố thì không. Các doanh nhân cần tập hợp với nhau theo nhóm phù hợp, với các thành viên có kỹ năng bổ sung cho nhau. Họ cần nhận được phản hồi liên tục từ khách hàng. Họ cần tin tưởng các đối tác và trao quyền cho các đồng sự. Họ cần tìm hiểu về công việc và làm việc nhất quán để thấu hiểu thị trường.

Trong ba năm qua, tại Startup Weekend, chúng tôi đã nhiều lần thấy những điều này xảy ra. Chúng tôi rất ngạc nhiên trước số lượng người có thể hoàn thành thời gian 54 giờ tại các sự kiện Startup Weekend trên toàn thế giới. Một số người bước ra khỏi phiên họp cuối tuần đầu tiên của họ với một người đồng sáng lập, tiền vốn đầu tư hạt giống cho vài tháng tới và hàng trăm khách hàng đã đăng ký sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ của họ. Mặc dù vậy, đối với hầu hết những người tham dự của chúng tôi, Startup

Weekend chỉ là sự khởi đầu của một quá trình học hỏi đầy sôi nổi và khó khăn mà họ sẽ tiếp tục trải nghiệm trong những năm tới.

Trong các trang tiếp theo, mục tiêu của chúng tôi là để độc giả được trải nghiệm thực tế Startup Weekend, chẳng hạn như trình bày ý tưởng kinh doanh trước 200 người lạ trong 60 giây; các đội cạnh tranh với nhau khi phát hiện những người khác cũng có ý tưởng tương tự như thế nào; ai đó làm việc tốt ra sao và họ biết về nhau được bao nhiêu chỉ trong vài giờ gặp gỡ; và làm thế nào để gặp gỡ những cố vấn có kinh nghiệm và thành công nhất trong thế giới khởi nghiệp.

Chúng tôi muốn bất cứ ai có khát khao khám phá tinh thần doanh nhân đều có thể tham dự Startup Weekend, nhưng không phải ai cũng sẵn sàng làm vậy. Do đó, cuốn sách này sẽ nỗ lực đưa ra các bài học của Startup Weekend và chọn lọc chúng cho một lượng lớn độc giả. Trong các chương tiếp theo, bạn sẽ tìm thấy những thông tin giá trị để trình bày ý tưởng kinh doanh của mình với những người khác, tìm đúng đội nhóm để giúp doanh nghiệp của bạn thành công, giá trị của giáo dục trải nghiệm, chinh phục khách hàng và thị trường (ngay cả trước khi sản phẩm của bạn đã sẵn sàng để ra mắt), sử dụng các mô hình khởi nghiệp khác nhau để quản lý dự án và tận dụng tối đa thời gian khởi nghiệp – dù bạn đã sẵn sàng trở thành một doanh nhân vào cuối tuần hoặc trong suốt phần đời còn lại hay chưa.

Giới thiệu

TẠI SAO KHỞI NGHIỆP CHỈ GÓI GỌN TRONG NIỀM TIN VÀ TRAO QUYỀN

Marc Nager, Clint Nelsen và Franck Nouyrigat

ãy tưởng tượng bạn có ý tưởng tuyệt vời về một doanh nghiệp mới. Đó có thể là Facebook, Twitter thứ hai, hoặc siêu phàm hơn

Hình như dịch vụ giao nhận thực phẩm tiếp theo hoặc tuýp kem đánh răng không cặn. Bạn nghĩ về nó cả khi thức dậy lẫn lúc đi ngủ. Bạn ghi chú định kỳ về nó suốt cả ngày làm việc. Chia sẻ một chút với chồng/vợ hay bạn cùng phòng về ý tưởng, hoặc đọc được điều gì đó trong một cuốn tạp chí khiến bạn hứng thú với ý tưởng này hơn nữa. Đến cuối tuần, bạn có thể mơ mộng một chút, thậm chí là cố gắng thử thực hiện mô hình kinh doanh hoặc tìm kiếm trực tuyến để đảm bảo rằng chưa có ai đưa ra kịch bản này. Thành thật mà nói, bạn có chút lo lắng rằng đến khi bạn dành thời gian và tiền bạc để thực hiện ý tưởng, thì có ai đó đã biến nó thành hiện thực mất rồi.

Bây giờ, hãy tưởng tượng bạn bước vào một căn phòng chỉ toàn người lạ mặt và phải giới thiệu ý tưởng với đám đông trong 60 giây. Những người thích nó có thể quyết định thực hiện ý tưởng đó cùng bạn và những người không thích, thì tốt thôi, họ sẽ đi theo hướng riêng của họ. Bạn sẽ làm điều đó chứ?

Hầu hết mọi người đều sẽ nghĩ kỹ trước khi dấn bước. Rốt cuộc, bạn đã nghiền ngẫm ý tưởng này trong một thời gian dài và đó thực sự là ý tưởng hay. Điều gì sẽ xảy ra nếu những người bỏ đi quyết định ăn cắp ý tưởng và sử dụng nó để khởi sự công ty riêng của họ? Hoặc nếu những người muốn làm việc với bạn thực sự muốn đưa ý tưởng đi theo một hướng mới và nó đã không kết thúc như cách bạn tưởng tượng?

Tại Startup Weekend, chúng tôi có hai từ dành cho bạn: Đi thôi.

Tại các sự kiện diễn ra vào mỗi cuối tuần trên khắp đất nước (và trên khắp thế giới), các doanh nhân triển vọng cùng nhau chia sẻ các ý tưởng – những đứa con tinh thần của họ – với những người

mà họ chưa từng gặp trước đây với hy vọng biến các kế hoạch chưa rõ ràng này trở thành hiện thực. Tin tưởng hoàn toàn vào người khác – những phản hồi, lời khuyên và sự giúp đỡ của họ – là cách duy nhất để thực hiện việc này.

Trước đây, chúng tôi từng tiếp nhận một trường hợp những người tham dự các buổi Startup Weekend đã phải ký kết thỏa thuận bảo mật (Non disclosure agreements – NDA), hứa sẽ không tiết lộ những ý tưởng mà họ đã học hỏi được cho bất cứ ai ở ngoài. Điều này thực sự khiến chúng tôi hoặc nhiều người tham dự cảm thấy không thoải mái. Một vài người sớm rời khỏi sự kiện vì yêu cầu NDA, thay vào đó, họ đi đến một quán cà phê gần đó và tự tổ chức một Startup Weekend nhỏ. Đó là lý do tại sao, cho đến ngày nay, chúng tôi thích hoạt động theo tư duy nguồn mở hơn.

Tất nhiên, phải mất một khoảng thời gian để mọi người quen với thái độ này. Mọi người thường do dự trong vài giờ đầu tiên tại Startup Weekend, và chỉ chia sẻ một chút về ý tưởng của họ. Họ tiếp cận người khác một cách ngập ngừng, hỏi về kỹ năng của đối phương nhưng giữ lại thông tin về mình và chỉ cung cấp một chút ý tưởng. Hầu hết mọi người có chút lo lắng liệu ý tưởng của họ có đủ tốt hay không, họ hầu như không nói rõ về ý tưởng của mình và để những người lạ mặt phán xét ý tưởng trong tâm trí.

Bạn đã sẵn sàng chia sẻ ý tưởng khởi nghiệp chưa?
Nếu rồi, loại phản hồi nào bạn đang tìm kiếm nhiều nhất?
Nếu chưa, bạn đang giữ lại những gì?

Nhưng rồi, có điều gì đó thay đổi. Họ thấy một người làm việc đó – giải thích toàn bộ ý tưởng, cởi mở, trung thực, đáng tin cậy – và họ tự hỏi: Thực sự, điều tồi tệ nhất có thể xảy ra là gì? Bạn sẽ nhận

được một số phản hồi tiêu cực? Đó là một điều tốt. Nếu có một lỗ hổng cơ bản trong mô hình kinh doanh của bạn, hoặc nếu ai đó đã làm điều này trước đây, thì bạn sẽ tìm ra và có thể tiếp tục tiến tới ý tưởng tiếp theo.

Mọi người bắt đầu nhanh chóng tin tưởng lẫn nhau, và cả căn phòng bắt đầu ngập tràn năng lượng giống như xem bắp nổ vậy. Mọi người dần nóng lên với những suy nghĩ và kế hoạch họ đang giữ trong tâm trí. Cái bát dần đầy, với những ý tưởng tươi mới, nóng hổi. Đó là một trong những khoảnh khắc yêu thích của chúng tôi.

Với tư cách là những đồng Giám đốc của Startup Weekend, chúng tôi muốn nói: "Không có ý tưởng tuyệt vời, chỉ có sự thực thi tuyệt vời." Hoặc một trong những người tham dự Startup Weekend của chúng tôi, Jerry Suhrstedt – Giám đốc Điều hành của Hãng Marketing Heavy Guerrilla ở vùng Tây Bắc – nói: "Ý tưởng chẳng đáng nửa xu."

Nếu điều đó không có ý nghĩa gì với bạn, thì hãy suy nghĩ về nó theo logic toán học, và xem xét ví dụ sau đây. Trước đây, một người tự dành thời gian để phát triển một ý tưởng đã đến với chúng tôi. Ông đã cố gắng khởi tạo một doanh nghiệp trong nhiều tháng, nhưng vẫn giữ bí mật về việc đó đến lúc cạn tiền. "Tôi đang gặp rắc rối lớn," ông thú nhận với chúng tôi. "Tôi không có đủ tiền để biến ý tưởng này thành một thứ gì đó." Chúng tôi nói với ông rằng đã đến lúc đưa ý tưởng của ông ra ánh sáng. Rốt cuộc, nếu bạn không nói về ý tưởng của mình cho bất kỳ ai, xác suất tìm kiếm khách hàng hoặc nhà đầu tư là bằng không.

Một người tham dự một sự kiện Startup Weekend ở Olympia, Washington đã thực sự hiểu điều này. Sau khi tham dự một trong những buổi gặp gỡ của chúng tôi, ông nói rằng vào tối thứ Sáu, một nhóm gồm 40 người đã có đến 10 ý tưởng tuyệt vời cho các sản phẩm và dịch vụ có thể tiêu thụ được.

Ông giải thích: "Từ Red Panda (một loại đồ uống năng lượng được bán cho các phòng tập yoga) đến Drunk Test (ứng dụng iPhone kiểm tra mức độ chức năng nhận thức với hàng loạt câu hỏi) đều đáng theo đuổi, nếu ai đó có động lực hoặc sự quan tâm." Tất nhiên, ông nhanh chóng nhận ra: "Nói về những ý tưởng rất dễ dàng. Bước tiếp theo [và khó khăn hơn] là làm gì với chúng."

Trên thực tế, nhiều người tham dự thấy "bí" trong giai đoạn động não (brainstorming). Điều này không khiến chúng tôi ngạc nhiên; đưa ra ý tưởng cũng thú vị như việc nói cho người khác biết về ý tưởng và nhận phản hồi từ họ. Như một người tham dự quan sát thấy: "Quá trình khái quát hóa một ý tưởng, điều chỉnh nó một chút, sau đó tập trung lại vào ý tưởng mới là điều mà bộ não con người được tối ưu hóa để thực hiện." Thật dễ dàng để tiếp tục làm điều đó nhiều lần; nhưng đó không phải là cách tốt để tạo ra một công ty khởi nghiệp hiệu quả. Chìa khóa để khởi nghiệp là bắt đầu. Chỉ cần chọn một ý tưởng bất kỳ. Tất cả các ý tưởng đều tốt. Và sau đó bắt đầu làm việc.

Chúng tôi nhận thấy rằng khẩu hiệu nổi tiếng của Nike – Just Do It (Cứ làm đi!) – có thể áp dụng để khởi tạo các công ty hơn là tạo ra các kỳ tích thể thao. Một người tham dự khác, Willy, nói rằng lần đầu tham dự sự kiện Startup Weekend, anh đã có một ý tưởng nhưng quyết định không nói cho bất cứ ai. Anh giải thích: "Tôi khá trầm tính và nhút nhát, vì vậy tôi đã chọn giữ kín. [Tôi cảm

thấy] có quá nhiều người dò xét, lắng nghe và đánh giá. Trên thực tế, tôi gần như không có can đảm để tham dự vào sự kiện cuối tuần." Nhưng sau khi nghe một vài bài thuyết trình, Willy đã quyết định điều này xứng đáng để mạo hiểm. Ý tưởng của anh không có vẻ gì là tồi tệ hơn của người khác: "Vì vậy, tôi chuẩn bị kỹ càng hết sức và bước lên sân khấu, điều khiến tôi hối tiếc trong vài giây. Nhưng tôi đã ở đó. Tôi không nói rằng làm điều đó khá dễ dàng, bởi thực tế không phải vậy. Tôi lắp bắp, không nói được những câu hoàn chỉnh mà mình đã chuẩn bị; và tôi chắc chắn rất nhiều người nghĩ rằng: 'Chúa ơi, điều ngốc nghếch gì vậy. Anh ta muốn làm gì đây?' Nhưng, tôi đã nhận được phản hồi tuyệt vời về những ý tưởng của mình."

NIỀM TIN DẪN CHÚNG TA ĐẾN CHUYẾN PHIÊU LƯU VĨ ĐẠI NHẤT CỦA CUỘC ĐỜI NHƯ THẾ NÀO?

Không dễ để tin rằng người khác sẽ lắng nghe những ý tưởng của bạn một cách cởi mở, sau đó giúp bạn cải thiện chúng. Nhưng đó là cách Startup Weekend bắt đầu.

Vào mùa xuân năm 2009, chúng tôi, một vài nhà marketing thất nghiệp ở Seattle, đang lái xe trên đường. Một đồng nghiệp cũ của Marc đã nhận được một công việc ở Qatar và cần phải bán xe của anh ta tại Seattle, Washington, vì vậy Marc đã đề nghị lái xe từ Seattle đến nhà người chủ sở hữu mới ở Denver, Colorado. Anh gọi điện cho Clint (người không có nhiều việc để làm vào thời điểm đó), và sau hai giờ, chúng tôi lên đường.

Một năm trước, chúng tôi đã tham gia vào một Startup Weekend tại Seattle. Thời điểm đó, Startup Weekend thu phí tham dự sự kiện khoảng 40 đô-la. Những sự kiện này có các nhà tài trợ doanh

nghiệp; mọi người cùng nhau tham gia vào một dự án và những người tham gia được cung cấp một dạng quyền chọn cổ phiếu khi sự kiện cuối tuần kết thúc. Tuy nhiên, mô hình này đã không hiệu quả. Công ty mất tiền, còn Ủy ban Chứng khoán và Sàn giao dịch Mỹ (SEC) cũng không hài lòng về phần quyền chọn cổ phiếu.

Vì vậy, chúng tôi đã nói về cách cải thiện mô hình. Trong vài giờ đi tới Denver, Clint nói với Marc rằng anh có số điện thoại của Andrew Hyde, lúc đó là Giám đốc Điều hành của Startup Weekend tại Boulder, Colorado. Chúng tôi đã gọi đùa cho Andrew và ghé qua nhà ông, Andrew đã chăm chú lắng nghe. Không chỉ đem lại sự giúp đỡ, Andrew còn làm một việc rất tuyệt vời; ông nói: “Tại sao các anh không tiếp quản Startup Weekend?” Chúng tôi khá ngạc nhiên trước mức độ cởi mở và sự sẵn sàng của ông. Chúng tôi đã rất vui mừng và sẵn sàng đón nhận đề nghị đó.

Chúng tôi bay về từ Denver và ngay lập tức gửi Andrew một bản đề xuất. Chúng tôi lo lắng rằng nếu để quá lâu thì ông ấy có thể sẽ thay đổi ý định. Ông ấy đánh giá đề xuất rất tuyệt vời và trao cho chúng tôi chìa khóa để tạo dựng doanh nghiệp.

Câu chuyện về cách chúng tôi đã tham gia nhấn mạnh các nguyên tắc của sự tin tưởng và trao quyền, đó là nền tảng ban đầu của Startup Weekend. Andrew đã quyết định tin tưởng hai chàng trai trẻ bỗng một ngày xuất hiện trước cửa nhà mình. Ông ấy không biết rõ về chúng tôi. Nhưng thái độ của ông đối ấy với phương pháp của mình là: “Nếu những người này làm tốt thì thật tuyệt vời. Nếu không, mình luôn có thể đòi lại.”

Sau này, câu nói trên nhanh chóng trở thành một câu hỏi về người mà chúng ta có thể tin tưởng. Khi cố gắng xây dựng một

thứ gì đó, chúng tôi nhận ra rằng Startup Weekend chỉ có thể thành công nếu chúng tôi thực hiện nó trên quy mô lớn. Chúng tôi đã không trả lương cho bản thân trong sáu tháng. Chúng tôi đang sống trong một căn hộ và hoàn toàn không một xu dính túi. Chúng tôi biết chìa khóa để doanh nghiệp nhận được sự hỗ trợ là mở rộng nó, nhưng bằng cách nào? Chúng tôi không thể làm điều này bằng cách tự quản lý mọi sự kiện. Không chỉ khó khăn về mặt hậu cần, chúng tôi còn không biết tìm những người phù hợp ở thành phố nào.

Chúng tôi có nên chịu trách nhiệm về toàn bộ ngân sách sự kiện và tất cả các dịch vụ hậu cần, mọi thứ từ A đến Z không? Có, chúng tôi có thể kiếm nhiều tiền hơn; nhưng cũng phải làm nhiều việc hơn đáng kể và các sự kiện có thể cũng không diễn ra như ý.

Khởi nghiệp cái gì?

Hướng dẫn mang tính trải nghiệm nhất dành cho các doanh nhân

Trên 300 sự kiện

Trên 34.000 người tham dự tính đến nay

Trên 55 quốc gia

Trên 145 nhà tổ chức địa phương

Trên 850 doanh nghiệp khởi nghiệp

Tại sự kiện Startup Weekend đầu tiên chúng tôi tổ chức ở San Francisco, California, Franck đã xuất hiện. Ông nghe về nỗ lực của chúng tôi từ một người bạn và vừa đáp chuyến bay từ Paris đến đây. Franck khá mệt, nhưng ông yêu thích bầu không khí ở đây. Ông từng tham gia vào các công ty khởi nghiệp và có nền tảng kỹ thuật. Vì vậy, vào tối thứ Sáu, ông nói với chúng tôi sẽ tổ chức một sự kiện ở Pháp. Ai mà hình dung ra được điều này chứ?

FRANCK NOUYRIGAT

Năm 2008, tôi đã tham gia một hành trình đi khắp thế giới kéo dài một năm với mục đích tìm ra nơi tốt nhất để khởi sự dự án khởi nghiệp mới của mình (cuối cùng, tôi đã chọn Mỹ). Sau chuyến đi, tôi đã dành sáu tháng để tiết kiệm tiền cho việc khởi sự. Khi gặp Marc ở San Francisco vào năm 2009, tôi đang phát triển một ứng dụng iPhone để gọi vốn đầu tư mạo hiểm nhỏ. Sau đó, tôi gặp Clint tại Pháp, và chúng tôi trở thành những người bạn rất tốt. Một tháng sau khi làm việc với Marc và Clint về các chiến lược Startup Weekend, tôi đã đến Seattle, Washington. Tại đây, tôi đã đưa ra một quyết định để đời. Marc, Clint và tôi là một nhóm hoàn hảo và chúng tôi đang làm việc 24 giờ mỗi ngày ở Startup Weekend. Nhưng Startup Weekend chưa có nhiều vốn. Tôi đã quyết định liều lĩnh – thay vì theo đuổi ý tưởng của riêng mình, tôi tặng khoản tiền mà tôi đã dành dụm để thành lập công ty riêng cho Startup Weekend. Điều này đã khiến gia đình và bạn bè tôi e ngại, nhưng tôi hoàn toàn tự tin. Tôi tin rằng Startup Weekend sẽ phát triển mạnh mẽ. Bạn không thể trở thành doanh nhân nếu không dám chấp nhận rủi ro, đặc biệt là khi tương lai không chắc chắn. Tôi nhận ra mình rất may mắn vì có những

người bạn như Marc và Clint, và tôi cũng nghĩ họ là những người duy nhất trên thế giới mà tôi muốn làm việc cùng.

Trong vài tháng đầu tiên, ba chúng tôi đã đi khắp nơi để tổ chức các sự kiện cuối tuần này. Tôi đã mất một năm vừa ngủ vừa làm việc trên một chiếc đi-văng, trong khi Marc và Clint đang làm việc cật lực ở góc bên kia của căn phòng. Nhưng việc tự tổ chức lại không bền vững về lâu dài. Chúng tôi không biết đủ về mọi cộng đồng doanh nghiệp tiềm năng của thành phố để thực hiện các sự kiện thật sự thành công ở mọi nơi. Một trong những đặc điểm quan trọng của Startup Weekend là nó có thể thích ứng với văn hóa xung quanh. Tại một thành phố truyền thống hơn, Startup Weekend sẽ cung cấp các bảng tên nghiêm túc hoặc đồ ăn hơi khác. Nhưng bạn phải biết văn hóa của một địa điểm cụ thể để nhận ra ai nên ở đó và làm thế nào để khiến những người tham dự cảm thấy thoải mái nhất.

Marc, Clint và tôi biết rằng chúng tôi sẽ phải tin tưởng những người đã quen thuộc với các địa điểm cụ thể để hướng dẫn các hoạt động khi chúng tôi mở rộng sang những địa điểm mới. Chúng tôi tin các tình nguyện viên địa phương tham gia hỗ trợ, nhiều người trong số họ đã từng tham dự một sự kiện Startup Weekend và muốn mang nó đến quê hương của họ. Toàn bộ doanh nghiệp đã phát triển tự nhiên đến mức, giờ đây, chúng tôi nhận được vài e-mail một tuần từ những người hỏi liệu họ có thể tự tổ chức một sự kiện Startup Weekend hay không.

Người đầu tiên là Shane Reiser, anh muốn tổ chức Startup Weekend tại Des Moines, Iowa. Đó là một thử nghiệm thú vị cho Startup Weekend. Tại các thành phố như San Francisco hay Seattle, bạn biết mình có một nhóm doanh nhân trẻ năng động,

những người đã từng có ý tưởng khởi nghiệp. Nhưng làm thế nào nó có thể mang lại hiệu quả ở một thị trấn cỡ trung ở Trung Mỹ? Nó sẽ hoạt động chứ? Chúng tôi khá nghi ngờ về điều đó.

Nhưng Shane biết rõ hơn. Anh chuyển đến Des Moines vào năm 2009, và đã tham dự một số Tweetups (các buổi gặp gỡ trên Twitter). Anh luôn nhìn thấy một số doanh nhân triển vọng trong những sự kiện này trao đổi với nhau về ý tưởng của họ. Nhưng Shane đã thất vọng. Tại sao họkhông làm bất cứ điều gì – như dẫn dắt và thực sự khởi tạo công ty? Họ có rất nhiều ý tưởng tuyệt vời nhưng lại sợ hãi. Họ không biết làm thế nào để bắt đầu, và không biết ai là người phù hợp. Khi Shane đọc được thông tin về Startup Weekend, anh cảm thấy nó sẽ là động lực tuyệt vời cho các doanh nhân không trực tiếp tham gia vào công ty khởi nghiệp.

Startup Weekend đã tổ chức sự kiện ở hơn 200 thành phố tại hơn 60 quốc gia – không sự kiện nào trong số đó có thể thành công trừ khi chúng tôi, những nhà lãnh đạo của tổ chức này, tin tưởng những người dân địa phương sẽ điều hành tốt các sự kiện. Chúng tôi cho phép hầu hết mọi người trở thành một nhà tổ chức địa phương. Đúng vậy, chúng tôi có một quy trình đăng ký; nhưng tất cả những gì chúng tôi muốn thấy là người nộp đơn thực sự quan tâm đến cộng đồng, và không có lý do nào khác đằng sau mong muốn tổ chức một sự kiện của họ.

Nhìn chung, nếu có ai đó tiếp cận bạn thì đó là một dấu hiệu tích cực, giống như khi bạn hẹn hò với một người nói với bạn: “Tôi thích em/anh.” Nó không có nghĩa rằng “các bạn sẽ về chung một nhà”, nhưng ít nhất bạn sẽ muốn tìm hiểu về đối phương. Những người tuyên bố muốn tổ chức sự kiện Startup Weekend đã nghe

về chúng tôi và nói rằng họ muốn đăng ký theo dõi triết lý của chúng tôi. Đó là thiện ý của họ.

Shane hơi ngạc nhiên trước thái độ của chúng tôi. Anh nói: "Marc, Clint và Franck không đề nghị tôi ghi hình giới thiệu bản thân. Họ không buộc tôi phải làm bài kiểm tra đầu vào hay bất cứ điều gì. Họ chỉ hỏi về những gì tôi cần biết và sau đó đưa tôi đến New York."

Jon Rossi, người hiện đang dẫn dắt chương trình Startup Weekend ở Denver, cũng tỏ ra ngạc nhiên trước sự tin tưởng mà chúng tôi đặt vào anh. Anh ngạc nhiên về sự thực rằng anh có thể đại diện cho tổ chức của chúng tôi tại một sự kiện ở Denver mà không phải gặp bất kỳ thành viên nào trong đội ngũ nhân viên của chúng tôi. Cảm giác về sự trao quyền đặc biệt quan trọng đối với anh. "Trong thế giới đầy rẫy gian dối và lừa lọc ngày nay, tôi đã sốc khi mình không phải vượt qua những rào cản, điền vào các mẫu đơn dài, chứng minh bản thân, ký vào cam kết, hoặc thực hiện một cuộc kiểm tra phát hiện nói dối trước một cựu nhân viên KGB." Jon cũng đã chấp nhận quan điểm của chúng tôi trong các thỏa thuận về những hoạt động của Startup Weekend cũng như thời gian làm việc còn lại của anh. "Kể từ khi tham dự sự kiện Startup Weekend đầu tiên vào cuối năm 2010, tôi đã lấy triết lý tin tưởng trước, nghi ngờ sau và chỉ nghi ngờ khi có nguyên nhân, đồng thời cố gắng thực hiện triết lý này với những người tôi làm việc cùng hằng ngày."

Không mắc sai lầm – chắc chắn đã có những nhà tổ chức phá hỏng những điều trên, và chúng tôi cũng đã nhận được một số phản hồi tiêu cực. Nhưng trong kinh doanh, đặc biệt là lĩnh vực khởi nghiệp, chúng ta phải chấp nhận rủi ro. Nếu không tạo cơ

hội cho người khác, khả năng là chúng tôi sẽ không bao giờ tổ chức được sự kiện tại rất nhiều thành phố nơi chúng tôi đang hoạt động.

Startup Weekend có một wiki nội bộ với các tài liệu đầy đủ lời khuyên để hướng dẫn các nhà tổ chức mới trải qua quy trình. Chúng tôi cung cấp cho họ tài liệu này, rồi nói: “Hãy làm đi.” Chúng tôi muốn trao cho họ quyền trở thành người truyền bá độc lập trong cộng đồng Startup Weekend, và không muốn cản trở họ làm những gì mà họ cho là tốt nhất đối với cộng đồng của mình. Nếu quyết định hợp tác với một tình nguyện viên mới, chúng tôi sẽ cung cấp cho họ toàn bộ tài liệu hướng dẫn, một địa chỉ e-mail tại Startup Weekend, và để các nhà thiết kế bổ sung logo giúp họ quảng cáo sự kiện của mình.

CHÚNG TÔI TRAO QUYỀN CHO NGƯỜI KHÁC ĐỂ TẬN DỤNG TỐI ĐA STARTUP WEEKEND BẰNG CÁCH NÀO

Một người thường phải đối mặt với một rào cản rất nhỏ để tham dự một sự kiện Startup Weekend. Chi phí cho một sự kiện cuối tuần chưa đến 100 đô-la, bao gồm toàn bộ đồ ăn và cà phê. Chúng tôi nhận ra rằng có những người muốn tham gia đến từ nhiều lĩnh vực khác nhau, và có những người có ý tưởng đến từ mọi tầng lớp xã hội. Chúng tôi chào đón tất cả mọi người. Chúng tôi phải thực hiện một bước nhảy vọt về niềm tin và khuyến khích những người khác làm điều tương tự. Một phụ nữ tên là Carmen đã gửi e-mail cho Shane về một trong những sự kiện đầu tiên mà anh tổ chức. Dù nghĩ rằng sự kiện này có vẻ thú vị, nhưng cô lo các kỹ năng của mình sẽ không có giá trị đối với những người tham dự khác. Cô đã viết một số kịch bản cho các chương trình truyền hình dành cho trẻ em và không biết đó có phải là một ý

tưởng khởi nghiệp hấp dẫn không. Cô biết mình là một nhà văn giỏi và có tư duy sáng tạo, nhưng cô chưa từng nghĩ mình sẽ trở thành doanh nhân.

Bạn có xem mình là một doanh nhân không?

Trong khi tin tức đầy rẫy những câu chuyện về các thiên tài kinh doanh và bậc thầy công nghệ đã xây dựng những công ty trị giá hàng triệu đô-la chỉ qua một đêm, thì trở thành doanh nhân là cả một hành trình dài. Bạn có nhận ra một vấn đề và có ý tưởng cho một giải pháp đột phá không? Đưa nó vào lĩnh vực nghệ thuật, giáo dục, kỹ thuật, chăm sóc sức khỏe, và hơn thế nữa, mong muốn tạo ra sự thay đổi sẽ giúp bạn trở thành một doanh nhân.

Shane nhận thấy Carmen không tự tin lắm, vì vậy anh ấy đã khuyến khích cô: “Rõ ràng, cô muốn khởi nghiệp và liên lạc với tôi vì lý do đó. Tôi đảm bảo những kỹ năng của cô sẽ có giá trị.”

Shane đã không thấy Carmen xuất hiện nhiều trong các sự kiện cuối tuần. Cô ấy đã giới thiệu một ý tưởng vào tối thứ Sáu, nhưng nó không nhận được đủ sự quan tâm để có khởi đầu thuận lợi. Tuy nhiên, vào Chủ nhật, Shane đã thấy Carmen trên sân khấu thuyết trình trước nhóm của cô. Shane nói rằng anh rất ngạc nhiên: Trong e-mail, cô nói mình là một diễn giả kém và dễ xấu hổ khi thuyết trình trước mọi người. Nhưng theo Shane: “Cô ấy đã vượt qua nó. Cô ấy đứng trên sân khấu và thể hiện sự hào hứng khi được tham gia vào nhóm cùng những người mà cô ấy đã xây dựng các mối quan hệ [vững chắc].”

Sau sự kiện, Carmen đến và ôm Shane trong nước mắt. Cô nói với anh Startup Weekend là “một trải nghiệm thay đổi cuộc đời” và:

“Tôi không biết liệu nhóm có tiếp tục đi cùng nhau không, nhưng dù có hay không, giờ đây, tôi thực sự thích thú với tinh thần doanh nhân. Anh đã mở rộng tầm mắt cho tôi về thế giới công nghệ và tinh thần doanh nhân, và tôi đã được gặp những con người tuyệt vời.”

Carmen không có trải nghiệm “thay đổi cuộc đời” này vì ai đó đã thuyết giảng cho cô về các nguyên tắc của tinh thần doanh nhân hoặc nói với cô cách khởi sự một công ty. Mặc dù có một số bài thuyết trình chính thức tại Startup Weekend được các doanh nhân và nhà lãnh đạo doanh nghiệp biết đôi điều về tinh thần doanh nhân đưa ra, việc tham dự các bài giảng này không bắt buộc. Chúng tôi biết rằng nếu nghĩ họ nên dành thời gian cho dự án của mình hơn là lắng nghe chuyên gia chia sẻ, họ nên làm vậy. Chúng tôi biết mọi người đã hy sinh thời gian rảnh rỗi để tham gia các sự kiện này. Họ không còn ở độ tuổi đi học; họ đã trưởng thành, có công việc toàn thời gian cùng các hóa đơn phải chi trả. Và việc tham dự Startup Weekend là để phục vụ công việc – chứ không đơn thuần là ngồi lại và thụ động lắng nghe những người khác nói chuyện.

TẠI SAO BẠN PHẢI CÓ NIỀM TIN ĐỂ TRỞ THÀNH DOANH NHÂN THÀNH CÔNG?

Mọi người đến với Startup Weekend vì nhiều lý do khác nhau. Một số đã có ý tưởng kinh doanh trong đầu, và họ xem Startup Weekend là phương tiện biến ý tưởng thành hiện thực. Tuy nhiên, điều này đôi khi khó thực hiện. Chuyện gì sẽ xảy ra nếu bạn tập hợp được một nhóm và những người trong đó thích ý tưởng, hoặc một phần trong ý tưởng của bạn? Nhưng hãy tưởng tượng nó diễn ra theo một cách khác. Một phần của việc trở thành

người tham dự tích cực và đáng giá tại Startup Weekend là đảm bảo rằng bạn tin tưởng đối tác của mình và cho phép họ đưa ra quyết định về ý tưởng của bạn.

Nhóm chỉ thực sự thành công khi các thành viên thảo luận về một ý tưởng ở giai đoạn đủ sớm. Ý tưởng này phải chưa hoàn thiện và nhà sáng lập chưa quyết định chính xác cách thực hiện. Mọi người sẵn sàng tiếp thu ý kiến càng sớm, thì khả năng họ sẽ có một dự án kinh doanh thành công càng cao.

Tuy nhiên, đối với nhiều người, giá trị của Startup Weekend nằm ở các mối quan hệ họ có được nhờ các sự kiện của chúng tôi hơn là ở bản thân các ý tưởng kinh doanh. Mọi người sẽ tận dụng những mối quan hệ này sau khi Startup Weekend kết thúc để thành lập công ty mới và phát triển những mối quan hệ mới trong thế giới kinh doanh.

Các nhà nghiên cứu Friederike Welter và David Smallbone viết trong một bài trên tờEntrepreneur rằng dù vai trò của niềm tin trong tinh thần doanh nhân vẫn chưa được hiểu rõ nhưng nó cho thấy một lợi ích cụ thể là “Không phải mọi mối quan hệ kinh doanh đều phải được làm rõ thông qua hợp đồng, để [doanh nhân] có thể giảm thiểu chi phí giao dịch.” Nói cách khác, niềm tin có thể đơn giản hóa các vấn đề và khiến công việc kinh doanh trở nên suôn sẻ hơn. Chúng tôi chắc chắn đã gặp những trường hợp đó.

Tuy nhiên, chúng ta vẫn có chút không tin tưởng vào người khác; và các nhà nghiên cứu đã nhận ra rằng niềm tin không đơn thuần là “chuyện hai người”. Nó còn phụ thuộc vào các tiêu chuẩn và quy tắc của môi trường xung quanh những người đang hình

thành một mối quan hệ. Và điều này thậm chí còn quan trọng đối với các doanh nhân khởi nghiệp hơn là đối với những doanh nghiệp lâu đời. Như Welter và Smallbone giải thích: "Các doanh nhân thường dễ bị rơi vào tình huống tự thân vận động, nơi họ phải cho thấy mình là người đáng tin cậy." Nói cách khác, niềm tin rất quan trọng tại Startup Weekend vì đó là một cộng đồng. Và ngay cả những người đang trong giờ đầu tiên của sự kiện cuối tuần đầu tiên mà họ tham gia cũng sẽ hòa nhập vào trong cộng đồng đó.

Bạn đã từng trải nghiệm sức mạnh của niềm tin sớm và vốn có chưa? Khi biết ai đó tin tưởng mình, bạn có cảm thấy được trao quyền để thực hiện tốt các nhiệm vụ không? Bạn đã bao giờ trao quyền cho người khác bằng cách tin tưởng họ chưa? Kết quả là gì?

Tất nhiên, ở một số nơi, nền văn hóa niềm tin này đến chậm hơn một chút. Một trong những người hướng dẫn cho chương trình Startup Weekend từng nói với chúng tôi: "Ở Singapore, việc chia sẻ những suy nghĩ nội tâm luôn là một vấn đề, đặc biệt là trong một căn phòng toàn người lạ." Tuy nhiên, ông nói rằng môi trường mà Startup Weekend tạo ra có thể khuyến khích cả những người kín đáo nhất thể hiện bản thân. "Một khi [những người tham gia bắt đầu chia sẻ] ý tưởng và suy nghĩ trên một sân khấu đáng tin cậy, những ý tưởng hay nhất sẽ nảy sinh với những người ủng hộ nhiệt tình và nhiều dự án sẽ trở thành hiện thực."

Một trong những ưu điểm lớn nhất của Startup Weekend là tính địa phương của nó. Đó là cơ hội tốt để những người tham dự có thể đã gặp, làm việc cùng hoặc quen ai đó biết những người ở đấy. Điều này phá vỡ một chút các rào cản. Chúng ta dễ dàng tưởng

tượng ra việc một tổ chức khác có thể cho rằng mọi người nên bay đến San Francisco vào cuối tuần vì nghĩ ở gần Thung lũng Silicon mới khiến mọi người có hứng. Tuy nhiên, theo quan điểm của chúng tôi, điều đó sẽ khiến mục đích thất bại. Chúng tôi muốn Startup Weekend cắm rễ vào từng cộng đồng, giúp người dân địa phương xây dựng nơi họ sinh sống và thậm chí giải quyết cả các vấn đề cộng đồng.

Một số người có thể cho rằng ngày nay, trong thời đại thông tin số/mạng lưới xã hội, người ta không còn cần ngồi cạnh những người mà họ đang làm việc cùng nữa. Xét cho cùng, mọi người có thể làm việc ở nhà và giao tiếp trực tuyến. Không phải làm việc như vậy thì dễ dàng và thoải mái hơn sao? Vâng, bạn có thể làm thế; tuy nhiên, nhiều doanh nhân thấy cách này không hiệu quả như họ muốn. Đây là lý do tại sao các công ty mới khởi nghiệp khác nhau bắt đầu sử dụng không gian làm việc chung (co-working). Hóa ra, việc tiếp xúc trực tiếp rất quan trọng, không chỉ để phát triển những ý tưởng tuyệt vời mà còn để xây dựng niềm tin.

Dù luôn khuyến khích mọi người tin tưởng vào những người mà họ gặp tại Startup Weekend, nhưng chúng tôi cũng biết rằng niềm tin không thể được trao đi một cách mù quáng mãi. Danielle Morrill, người tham dự kỳ cựu của Startup Weekend và các công ty khởi nghiệp, nói rằng cô ấy thích được tiếp cận với các tổ chức Startup Weekend ở những vùng khác nhau của đất nước và trên toàn thế giới. Cô ấy sẽ gửi e-mail: “Tôi sẽ đến Chicago và thực sự muốn gặp một số nhà phát triển và doanh nhân trong cộng đồng của bạn. Bạn có thể kết nối với tôi không?”

Điều gì khiến mạng lưới Startup Weekend trở nên mạnh mẽ? Danielle giải thích: "Bạn không gắn bó với mạng lưới trừ khi thực sự có được lợi ích nhờ nó. Thật tuyệt vời khi được gặp gỡ những người thông minh, những người [đang thực sự đạt được thành quả nào đó]." Trên thực tế, cô nói: "Nếu một ngày, công ty của tôi thực sự lớn mạnh, [Startup Weekend] sẽ là mạng lưới tuyển dụng hiệu quả nhất". Thương hiệu Startup Weekend đồng nghĩa với những người sẵn sàng làm việc. Khi mọi người tiếp cận nhau trong các sự kiện của chúng tôi, họ tin rằng họ sẽ đạt được thành quả nào đó.

Tinh thần tin tưởng và cộng đồng này cũng lan truyền nhiều ý tưởng đổi mới xuất hiện trong những ngày cuối tuần. Ví dụ, tại một buổi Startup Weekend ở Brazil, có người đề xuất một ứng dụng di động liệt kê lịch trình xe buýt của São Paulo. Chúng tôi cũng hơi ngạc nhiên khi thấy rằng không có lịch biểu nào được đăng ở các trạm xe buýt. Mọi người đứng phía sau xe buýt hơn 18m để xem đó là xe bao nhiêu; rồi chạy hết tốc lực đến điểm dừng để kịp lên xe. Đây rõ ràng là một điểm yếu của chính quyền địa phương và cơ sở hạ tầng, nhưng nó có thể được giải quyết khi một nhóm người sẵn sàng tham dự và có thiện chí tập hợp lại với nhau. Ngoài việc đưa ra lịch trình có thể truy cập bằng điện thoại di động, người tham dự đã phát triển một mạng lưới những người đảm bảo rằng các xe buýt được đánh số và có lịch trình chính xác.

Những người tham dự Startup Weekend đang tận dụng các mối quan hệ tin tưởng mà họ đã phát triển và cố gắng đưa mức độ tin tưởng đó – một mối quan hệ thực sự hiệu quả – vào các cộng đồng lớn hơn. Sau trận động đất và sóng thần tàn phá gần đây ở Nhật Bản, người dân địa phương tại Startup Weekend ở Cambridge, Anh, đã thiết lập một trang web nhân đạo để các nạn nhân có thể

tìm lại đồ đạc bị thất lạc. Mặc dù địa phương đã kịp thời ứng cứu và đáp ứng nhu cầu cấp thiết của người dân, nhóm nghiên cứu tại Cambridge đã phát triển một công cụ cho giai đoạn sau đó, khi nạn nhân muốn tìm đồ đạc bị thất lạc có giá trị tinh thần. BelongingsFinder.org (tại Nhật: Monosagashi.org) sẽ giúp nhận dạng bằng cách cho phép mọi người chụp ảnh, tải lên và tìm kiếm chi tiết về vật dụng bị mất. Ứng dụng miễn phí này có thể được các tổ chức, cá nhân, chính phủ và cộng đồng địa phương sử dụng.

Một trong những người sáng lập, một sinh viên của Đại học Cambridge tên là Stefano Orowitsch, đã viết cho chúng tôi rằng: "Không đời nào tôi bỏ qua những tin tức của ngày thứ Sáu trong Startup Weekend năm nay. Ngay lập tức, tôi quyết định hợp tác với một số kỹ sư phần mềm và cố vấn giỏi nhất thế giới tại Startup Weekend ở Cambridge." Thật vậy, vào cuối tuần, nhóm của Orowitsch đã phát triển BelongingsFinder.org. Anh ấy muốn "tạo nên hy vọng cho những nạn nhân bị thất lạc đồ đạc." Người sử dụng trang web có thể tải hình ảnh của bất kỳ đồ vật nào mà họ cần tìm vào cơ sở dữ liệu thông qua một ứng dụng di động, trong khi những người khác có thể tìm kiếm các đồ vật bị mất trên trang web. Ngoài ra, toàn bộ dịch vụ được cung cấp miễn phí.

Gần đây, chúng tôi đã đọc về Legatum Prosperity Index – một nghiên cứu toàn cầu về môi trường kinh doanh ở nhiều quốc gia. Chúng tôi không ngạc nhiên khi nhận thấy khả năng thúc đẩy môi trường khởi nghiệp của một quốc gia có ảnh hưởng đáng kể tới tình trạng chung của đất nước. Sự tin tưởng là trung tâm của cả hai.

Có thể có chút cảm giác sợ hãi khi nỗ lực trở thành một doanh nhân. Nhưng chúng ta cần giúp mọi người đến với nhau và vượt qua cảm giác đó. Tất cả những gì bạn cần là con người và nguồn lực phù hợp để bắt đầu tạo ra các giải pháp. Toàn bộ triết lý của chúng tôi nằm ở khả năng xây dựng niềm tin trong một cộng đồng để có thể tạo ra những doanh nghiệp đổi mới nhất, tuyệt vời nhất và mới nhất.



Các Giám đốc của Startup Weekend ở Seattle
(trái sang phải): Nouyrigat, Nelsen và Nager.

1

NÓI ÍT, LÀM NHIỀU

Kết nối mạng lưới dựa trên hành động

GIẢ SỬ bạn mới đến một thành phố và muốn bắt đầu hẹn hò. Bạn bắt đầu từ đâu? Bạn có vào một quán bar, ngồi xuống và hy vọng rằng đối tượng phù hợp sẽ xuất hiện và bắt chuyện với bạn? Đừng mơ! Rất có thể, bạn sẽ phải "chờ dài cổ" ở đó trong nhiều năm. Và, hãy đối mặt với điều đó – bạn có thể đã say bí tỉ trước khi tình yêu đích thực xuất hiện. Nhiều người có thể đến trong khi bạn đang chờ đợi, nhưng cả bạn và họ đều không biết gì về nhau. Vì vậy, ngoài những giả định về cách họ ăn mặc hay những gì họ đang uống, bạn sẽ phải bắt đầu từ đầu. Thậm chí sau một cuộc trò chuyện ngắn, bạn vẫn chẳng biết gì hơn. Theo định nghĩa, đây là những tương tác bề ngoài.

Trong nhiều năm, các nhà bình luận đã khuyên chúng tôi rằng nếu muốn gặp gỡ mọi người, chúng ta nên làm gì đó. Nếu tham gia một câu lạc bộ chạy, chúng ta sẽ gặp những người có chung sở thích chạy bộ. Nếu là tình nguyện viên cho Tổ chức Hỗ trợ gia cư (Habitat for Humanity), chúng ta sẽ gặp những người quan tâm đến dịch vụ công cộng và có thể thích làm việc tay chân. Nếu chúng ta tham gia một câu lạc bộ sách... chà, bạn hiểu ý rồi đó.

Những lời khuyên truyền thống dành cho những trái tim cô đơn thậm chí còn đúng hơn đối với các doanh nhân triển vọng. Đừng chỉ ngồi chờ người phù hợp bước vào cuộc đời bạn hoặc thậm chí bước vào văn phòng của bạn. Bạn phải ra ngoài và làm gì đó để tìm ra họ. Và bạn phải tương tác với họ để tìm hiểu xem bạn đã tìm đúng người chưa.

Vậy những lựa chọn là gì? Rất nhiều người đăng ký học tại trường kinh doanh. Trên thực tế, số lượng cá nhân theo học chương trình MBA ngày nay đang đạt mức kỷ lục. Không có gì ngạc nhiên; trường kinh doanh cho phép bạn làm việc với các sinh viên khác trong những dự án và xem tài năng của họ là gì, những gì thu hút họ, làm thế nào họ có thể làm việc dưới áp lực, v.v... Bạn có thể thức khuya để chuẩn bị bài vở. Bản chất thật sự của mọi người sẽ bộc lộ. Và khi tốt nghiệp, bạn có một mạng lưới cựu sinh viên có thể trợ giúp cho sự nghiệp của bạn sau này.

Nhưng trường kinh doanh là một khoản đầu tư lớn tốn rất nhiều thời gian – mà với các doanh nhân, thời gian là vàng. Nếu bạn có ý tưởng kinh doanh ngay bây giờ – hoặc háo hức đưa ý tưởng khởi nghiệp thành hiện thực – thì việc chờ hoàn thành chương trình học tại trường kinh doanh là điều không tưởng. Hoàn thành bài

thi GMAT bắt buộc và trải qua quy trình nộp đơn đăng ký, rất có thể sẽ mất hơn một năm trước khi có thể nhập học.

Cuối cùng, để gặp đúng người có kỹ năng phù hợp với những gì bạn muốn làm ngay bây giờ, thì tìm kiếm ở trường kinh doanh là chưa đủ. Những người bạn thông minh và tốt bụng trong lớp tốt nghiệp 10 năm trước của bạn đâu rồi? Họ có phải là nhà phát triển hay nhà marketing giỏi nhất hiện nay? Ai biết được điều gì – và người nào – mà họ biết?

Người ta cũng nói rằng không phải tất cả kết nối mạng lưới có được trong chương trình MBA đều tốt đẹp như được ca tụng. Các ứng viên được kỳ vọng sẽ tham dự các sự kiện kết nối mạng lưới như một phần của chương trình MBA. Tuy nhiên, hầu hết các sự kiện này, mặc dù "chuyên nghiệp" về mặt kỹ thuật, lại chỉ tập trung vào các chuyến chơi golf, dã ngoại hoặc tiệc nướng. Hầu hết đều coi việc tán dóc quan trọng hơn học tập hoặc làm việc. Các sự kiện bình thường hơn thì xoay quanh tầm quan trọng của việc lắng nghe những người có kinh nghiệm chia sẻ những câu chuyện cuộc sống và các thông lệ tốt nhất của họ (rất nhiều điều chẳng liên quan gì đến hiện tại). Đó là cách tiếp cận rất mô phạm, từ trên xuống đối với hoạt động chia sẻ thông tin.

Một người tham dự Startup Weekend nói với chúng tôi rằng dù cô ấy đã có được một số kết nối tốt đẹp tại các sự kiện ở trường kinh doanh này, nhưng "đa phần đều thất bại, nghĩa là rất khó để thực sự chứng kiến được năng lực và kỹ năng của những người mà tôi cho là nên gặp. Tôi tìm thấy một vài cố vấn giỏi, nhưng quá chán nản khi không thể hiểu được các bạn đồng niên MBA như mình." Cô nói rằng các sự kiện kết nối mạng lưới được thiết kế giống như

bữa tiệc cocktail khi mà “bạn chỉ lướt qua những người mới hoặc dính với những người bạn đã biết.”

Tôi nói ra những điều này không phải để chỉ trích trường kinh doanh. Đây vẫn là nơi bạn có thể đạt được những kỹ năng quan trọng cho sự nghiệp. Tuy nhiên, bằng cấp không phải là tấm vé hiệu quả nhất để bạn có thể gặp gỡ những người đồng sáng lập công ty khởi nghiệp.

Thế còn tự kết nối mạng lưới – tham gia các bộ phận chức năng tại một công ty nơi bạn đã làm việc hoặc tìm kiếm những người khác trong khu vực quan tâm đến tinh thần doanh nhân – thì sao?

Đây chắc chắn là một động thái hữu ích trong sự nghiệp; không ai nói trước được bạn sẽ tìm thấy ai khi đưa ra một số thăm dò tại những doanh nghiệp địa phương hoặc các sự kiện xã hội. Nhưng đó chính xác là vấn đề: Không ai nói trước được bạn sẽ tìm thấy ai. Hãy suy nghĩ về những gì bạn sẽ nói với người mà bạn vừa gặp về năng lực kinh doanh của mình. Bạn có thuật lại sơ yếu lý lịch hay tìm thấy giai thoại hoàn hảo nào để minh họa cho kỹ năng của bản thân? Bạn có thể nhắc tới một người quen chung không? Có lẽ là không. Có lẽ bạn sẽ thao thao bất tuyệt về chuyện gì đó không liên quan. Nhưng sớm hay muộn thì việc này cũng sẽ giống như việc tìm đối tượng hẹn hò trong quán bar. Bạn có thể tìm hiểu gì về người kia và họ có thể tìm hiểu những gì về bạn?

Bây giờ, hãy nghĩ về những danh thiếp bạn thu thập được tại các sự kiện kết nối mạng lưới khác. Bạn có nhớ người đó là ai khi về nhà không?

Tạo ấn tượng tốt đẹp với người khác tại một giải đấu golf có thể là một kỹ năng quan trọng, nhưng không phải với tất cả mọi người. Đối với một người trong nghề quan hệ công chúng, đó là một phần của công việc. Nhưng điều này có gì khác biệt đối với một nhà phát triển, một nhà thiết kế hay một kỹ sư? Như chuyên gia khởi nghiệp ở Seattle từng nói: “Dân công nghệ không phải là những nhà kết nối mạng lưới tự nhiên.” Và chúng tôi không nghĩ rằng họ phải như thế.

Cuối cùng, những gì người khác nên quan tâm – và thực sự cần quan tâm – là chất lượng công việc của bạn. Nhưng bạn không cần rút máy tính xách tay hay iPad ra, một tay cầm ly vang trắng, đồ ăn để trên đầu gối, để thể hiện mình làm việc như thế nào.

Bạn chỉ cần áp dụng các nguyên tắc kết nối mạng lưới dựa trên hành động của Startup Weekend mà thôi.

BẠN PHẢI THAM GIA MỘT NHÓM

Tại Startup Weekend, chúng tôi không có nhiều rượu vang hoặc món bánh quiche[1] nhỏ lạ mắt. Tuy nhiên, vào cuối buổi cuối tuần, bạn và những người xung quanh sẽ thực sự hiểu các kỹ năng của nhau.

[1] Một loại bánh mặn có sử dụng đế bánh và khuôn tròn như pizza vơi thành phần cơ bản gồm rau củ và pho mát cứng. (BTV)

Với phương thức đăng ký dễ dàng và không khí buổi tối thứ Sáu thân mật, người tham dự được trông đợi sẽ nói chuyện với nhau; vì điểm chung duy nhất (cho đến thời điểm đó) của họ là mối quan tâm đến tinh thần doanh nhân, nên thật dễ dàng để tìm hiểu về ước mơ, ý tưởng, điểm mạnh và điểm yếu của nhau. Khi

bạn biết mình buộc phải tham gia vào một nhóm và làm việc cùng với những người lạ vào cuối tuần, áp lực ở đây là tìm hiểu tất cả mọi người trong phòng và tìm ra những tài năng xung quanh bạn.

Hãy suy nghĩ về sự kiện kết nối mạng lưới chuyên nghiệp gần đây mà bạn tham dự: Bạn đã tạo ra bao nhiêu kết nối lâu dài?

Bây giờ, hãy suy nghĩ về lần cuối cùng bạn tham gia vào một sự kiện nhóm "ngoại khóa": Bạn đã tạo ra bao nhiêu kết nối lâu dài?

Nhiều khả năng là mối quan tâm chung của các bạn đã dẫn tới các kết nối mạnh mẽ hơn và mối quan hệ lâu dài hơn. Nếu bạn muốn bắt đầu phát triển ý tưởng khởi nghiệp của mình, hãy làm việc với những người có chung chí hướng!

Đêm thứ Sáu đặc biệt căng thẳng, bởi đó là lúc việc hình thành đội nhóm diễn ra. Tuy nhiên, những ngày làm việc dài vào thứ Bảy và Chủ nhật cũng cung cấp nhiều cơ hội để sáng tạo, xây dựng, cộng tác, khám phá và động não – không chỉ với các thành viên trong nhóm mà còn với những người tham dự khác.

Một người tham dự Startup Weekend nhớ lại một sự kiện ở Vancouver, British Columbia, nơi các nhóm được yêu cầu phải trao đổi thường xuyên với nhóm. Cô thuật lại: "Mặc dù rất khó để dừng guồng quay phát triển các dự án của riêng mình, nhưng tôi rất thích nghe về những gì các nhóm khác đang xây dựng và

những lời kêu gọi giúp đỡ của họ. Thật phấn khích khi theo dõi các nhà phát triển, nhà thiết kế, nhà marketing và quản lý dự án tài năng trong phòng... Đó là một lý do tuyệt vời để tôi tiến lại gần một người mới vào bữa ăn tối thứ Bảy và hỏi họ về kinh nghiệm thiết kế đồ họa.

Bởi Startup Weekend kết hợp các yêu cầu kép về làm việc nhóm và kiểm chứng khái niệm, nên mọi người cảm thấy có động lực để thể hiện những gì họ có thể làm và tìm hiểu những gì người khác có khả năng làm. Nếu một ai đó khoe khoang rằng họ là nhà phát triển giỏi nhất hay bậc thầy marketing, cũng chẳng sao. Tuy nhiên, khi bạn theo dõi năm người khác làm việc cùng nhau và xem chất lượng sản phẩm của họ, bạn đã xây dựng nền tảng mạnh mẽ cho các mối quan hệ hoặc mạng lưới trong tương lai hơn rất nhiều so với việc trao đổi danh thiếp hời hợt (và đôi khi vô nghĩa) tại quán bar.

Chúng tôi cũng thấy rằng các doanh nhân triển vọng cũng rất dễ trở nên hoài nghi. Sau một thời gian, bạn có thể gặp vài người nói rằng họ có thể làm việc này, việc kia nhưng sau đó không thể hoàn thành. Nhiều doanh nhân bắt đầu cảm thấy họ chỉ nên làm một mình. Họ cho rằng những người khác không chia sẻ năng lượng hay đam mê của họ, hoặc không có kỹ năng phù hợp. Một người tham dự Startup Weekend có tên Mike Vandenbos mô tả anh ta từng là một doanh nhân từ năm lên bốn tuổi như thế nào – khi anh bắt đầu bán hạt giống hoa với anh trai và kiếm được 3 xu tiền lãi mỗi gói. Khi lớn lên và có nhiều tham vọng hơn, anh ta bán báo, sau đó mở một cửa hàng sửa chữa động cơ nhỏ trong khi đang học trung học. Sau này, anh ta thành lập một doanh nghiệp tư vấn sự kiện golf.

Khi nhìn lại, Mike nói, thiếu sót rõ ràng của anh là luôn "muốn làm một mình" – không hợp tác với anh trai hay bất cứ ai khác. Khi cố gắng khởi sự các dự án mới, Mike nhận ra rằng rủi ro cao hơn nhiều. Thông qua Startup Weekend, anh học hỏi được rằng anh có thể "đi cùng các doanh nhân khác".

Những người tham dự Startup Weekend khác đều biết rằng họ cần đối tác, nhưng không biết phải tìm ở đâu. Jesse Maddox đã nhận ra Startup Weekend có thể là một công cụ kết nối mạng lưới tốt thế nào khi anh trở về từ một chuyến đi đến Việt Nam với ý tưởng về một ứng dụng giúp du khách giao tiếp với người dân địa phương. Anh nhớ đã quan sát những cuộc trao đổi giữa hai nhóm và nói: "Thông thường khi một người bán trái cây tiếp cận khách du lịch, khách du lịch nhìn thấy anh ta đến và khởi động chế độ "không/từ chối". Anh lắc đầu từ chối người bán trái cây, nói 'không' liên tục, thể hiện thái độ thất vọng hoặc đơn giản là phớt lờ người đó." Không cần phải nói, toàn bộ cuộc trao đổi là một thảm họa cho cả hai bên.

Maddox nhớ rằng sau khi tham gia một số giờ học ngôn ngữ với người dân địa phương, anh đã có thể giao tiếp một cách hiệu quả và lịch sự, do đó tránh được những cuộc trao đổi lúng túng như mô tả ở trên. "Khi người bán trái cây tiếp cận, tôi mỉm cười và nói: 'No rồi[2].'" Maddox vui mừng khi người bán hàng mỉm cười; sau đó nói điều gì đó mà anh không hiểu. "Chỉ với hai âm tiết ngắn, tôi đã tránh được một tình huống khó xử, tương tác tích cực với văn hóa địa phương và có một trải nghiệm đáng nhớ."

[2] "No" trong tiếng Anh có nghĩa là "không", ý nói từ chối. "No" trong tiếng Việt ý chỉ no bụng. Trong trường hợp này, người nói sử dụng tiếng Anh nhưng người nghe hiểu theo tiếng Việt. (BTV)

Maddox đã về nhà tại Atlanta, Georgia, và vài tháng sau đó đưa ra một kế hoạch kinh doanh giúp người nước ngoài học nhanh các cụm từ tiếng địa phương quan trọng. Chương trình sẽ bao gồm các cụm từ được thiết kế cho các kiểu người du lịch khác nhau – thương nhân, khách du lịch, v.v... Còn có cả chương trình hướng dẫn cách tán tỉnh bằng tiếng nước ngoài. Maddox gửi ý tưởng cho một số bạn bè và người quen với hy vọng có được nguồn vốn tài trợ. Nhưng anh đã nhận lại những phản hồi giống hệt nhau: Ý tưởng tuyệt vời nhưng chúng tôi không thể cung cấp cho bạn bất kỳ khoản tài trợ nào cho đến khi chúng tôi thấy bạn đã có một đội ngũ thực hiện.

“Đối với tôi, đây có vẻ là vấn đề ‘con gà và quả trứng’ kinh điển. Tôi không thể có được đội ngũ nếu chưa có vốn đầu tư, và tôi sẽ không được đầu tư khi chưa có một đội ngũ,” Maddox nói. Trải nghiệm của anh minh họa cho những gì chúng tôi nghĩ là một trong những chuyện hoang đường nhất về tinh thần doanh nhân – rằng việc gọi vốn là trở ngại lớn nhất để thực hiện một dự án thành công. Tuy nhiên, như Maddox nhận ra, nguồn vốn có sẵn nhưng các nhà đầu tư quan tâm đến người tham gia. Họ muốn biết ai sẽ tham gia vào đội. Rốt cuộc, làm thế nào họ biết được rằng nhóm người này có đủ kỹ năng và có thể làm việc tốt với nhau nếu Maddox thậm chí không biết ai sẽ làm việc với anh?

Cuối cùng, một nhà đầu tư thiên thần từng là doanh nhân đã khuyên anh tham dự Startup Weekend để tìm kiếm một đội nhóm.

Maddox đã xoay xở để tham dự Startup Weekend tại Atlanta vào phút chót, nhờ một trong những người tham dự khác đã từ bỏ – mà anh gọi là một dịp may hiếm có. Anh đã giới thiệu ý tưởng

“Triplingo” (tên doanh nghiệp của anh) vào tối thứ Sáu, và nó đã tạo nên một cơn sốt. Trên thực tế, ý tưởng này đã được chọn là một trong 12 ý tưởng hàng đầu của tối đó. Maddox dễ dàng tìm ra 9 đồng sự – bao gồm một nhà thiết kế, các lập trình viên có thể làm việc trên cả ứng dụng web và di động cùng một nhà tiếp thị tài năng. Maddox nhớ lại: “Với các thành viên như vậy, chúng tôi phải chia công việc thành nhiều phần khác nhau. Điều đó có nghĩa là ai cũng có việc để làm.”

Maddox thừa nhận kế hoạch của anh rất tham vọng. Vào cuối tuần, anh muốn có một phiên bản hoạt động trên cả ứng dụng web và iPhone. Để hoàn thành việc này trong một ngày cuối tuần, nhóm của anh sẽ không chỉ phải cực kỳ tài năng; mà còn phải có động lực rất lớn. Nhóm đã giải quyết một số vấn đề khó khăn; chẳng hạn như một lỗi trong chương trình máy chủ mà họ đang sử dụng đã trì hoãn tiến trình của họ trong vài giờ, và họ đang chuẩn bị bài trình bày cho đến phút chót. Nhưng cuối cùng, nó đã thành công. Triplingo đã được bình chọn là ý tưởng chiến thắng của Startup Weekend tại Atlanta và nhận được vốn đầu tư hạt giống để phát triển trong vòng hai ngày. Cả CNN và tờ Atlanta Journal Constitution sau đó đã chạy phần mềm mẫu ở công ty.

Maddox nói rằng: “Nếu không có Startup Weekend, chuyện này sẽ không bao giờ xảy ra. Nhóm của chúng tôi sẽ không bao giờ thành lập; tôi có thể vẫn đang lang thang trên các con phố Atlanta để tìm kiếm những người đồng sáng lập, và chúng tôi sẽ không bao giờ có cơ hội thay đổi cách thế giới đi du lịch.” Câu chuyện về Triplingo minh họa cho tầm quan trọng của việc tạo ra đội nhóm của riêng bạn – hãy chủ động tìm người phù hợp thay vì đợi họ tìm ra bạn.

Động lực mạnh mẽ của đội nhóm Triplingo không phải là duy nhất. Mọi người đến Startup Weekend đều sẵn sàng để làm việc. Họ đã dành thời gian này – xếp lại công việc, gia đình và những mưu cầu thường thu hút sự chú ý của chúng tôi. Việc biết rằng thời hạn cuối vào đêm Chủ nhật đang đến rất nhanh biến mọi người thành những nguồn nhân lực chủ lực thực sự.

Tyler Koblasa, nhà sáng lập Ming.ly, một ứng dụng giúp mọi người quản lý hoạt động kết nối mạng lưới chuyên nghiệp của họ, nói rằng ông đã tìm thấy đội ngũ hoàn hảo tại Startup Weekend: hai kỹ sư của Google, cựu phó chủ tịch Hulu, một người có bằng MBA của Georgetown và một luật sư kiêm nhà thiết kế. Nhưng đó không chỉ là việc các tài năng được tập hợp tại cuộc họp mà còn là một sự pha trộn hoàn hảo đối với Koblasa. Ông có thể đã gặp họ ở một nơi khác, "nhưng họ sẽ không sẵn sàng cùng nhau làm việc trong một căn phòng". Tyler nói rằng đội của ông đã có một tâm thế "'chúng tôi muốn chiến thắng' đầy năng lượng".

PHÁ VỠ NHỮNG RÀO CẢN

Kết nối mạng lưới dựa trên hành động không chỉ mang lại cho những doanh nhân các thành viên trong nhóm một cách nhanh chóng và hiệu quả. Nó còn phá vỡ rất nhiều rào cản giữa các doanh nhân. Gặp gỡ các đối tác kinh doanh tiềm năng thông qua các cách làm truyền thống có nghĩa là chọn những người trông giống như chúng ta, hoặc đến từ cùng trường học, hoặc vùng miền trong nước hay trên thế giới. Tuy nhiên, tất cả chúng ta đều biết rằng đây là những lý do độc đoán khi tuyển dụng hoặc làm việc với ai đó.

Trong bối cảnh Startup Weekend, các doanh nhân tận dụng những người ở đó. Họ không thể ngồi chờ người phù hợp xuất hiện. Họ phải tìm một người cộng sự, càng sớm càng tốt.

Tại Startup Weekend, họ có cơ hội chứng kiến cách mọi người làm việc, dù nền tảng của họ là gì. Đối với người lo lắng khi làm việc với những người có kinh nghiệm hoặc cá tính khác nhau, kết nối mạng lưới dựa trên hành động giúp bạn hạn chế rủi ro trong trường hợp này. Như một cựu binh của công ty khởi nghiệp giải thích cho chúng tôi thì việc xây dựng mối quan hệ với một đồng sáng lập cũng giống như đi đến hôn nhân. Bạn sẽ phải dành nhiều giờ với đối phương, có thể trong những không gian nhỏ và kín đáo. Hy vọng, ước mơ và tài chính của người này sẽ đan xen với người kia. Khi doanh nghiệp được thành lập, bạn sẽ rất khó thoát khỏi mối quan hệ nếu nó không hiệu quả.

Startup Weekend về cơ bản là một cơ hội để thử hợp tác trước khi thực sự bị ràng buộc. 54 giờ làm việc mang đến cho bạn cơ hội để xem liệu mọi thứ có hiệu quả hay không. Nếu không, bạn không mất gì cả. Khi cuối tuần kết thúc, bạn có thể rời đi. Như một người tổ chức nói với chúng tôi: “Vào chiều thứ Bảy, nếu nhận ra đối phương khiến bạn phát điên, bạn biết rằng tất cả sẽ kết thúc vào tối Chủ nhật – bạn chỉ cần rời đi mà thôi.”

Một người tham dự Startup Weekend khác đã so sánh trải nghiệm của anh với một chuyến cắm trại mà anh từng tham gia ở trường trung học được tổ chức để giúp trẻ em hòa nhập hơn; bởi khi đối mặt với điều này – trong những nhóm lớn gồm toàn người lạ mặt, tất cả chúng ta đều có xu hướng hành động giống như chúng ta thời trung học. Anh nói: “Trong những năm qua, các giáo viên đã phát triển một giải pháp tuyệt vời để phá vỡ các rào cản xã hội:

tuần thứ nhất là đào tạo và chuẩn bị, tuần thứ hai là một chuyến đi cắm trại. Chúng tôi không hề biết nhau, nhưng sau một tuần đi bộ đường dài, ăn, ngủ (và làm mọi việc khác) trong rừng, chúng tôi trở nên gần gũi hơn.” Nhìn lại, anh nói: “Tất cả 40 người không nhất thiết đều phải trở thành bạn bè, nhưng tất cả đều trở nên gần gũi sau tuần đó. Tương tự, Startup Weekend quy tụ một nhóm những người lạ lại với nhau và buộc họ phải làm việc cùng nhau, qua đó, các chuẩn mực xã hội sẽ bị xóa bỏ.” Một người tham dự khác tên là Sasha Pasulka đã so sánh Startup Weekend với trại hè. “Không phải là bất cứ ai [đi] chèo thuyền hoặc làm dây buộc thuyền, đều trở nên thân thiết với tôi trước khi một cố vấn cầm đèn pin đến; nhưng tất cả mọi người trong phòng đêm đó đã bị ràng buộc trong một khoảng thời gian ngắn.” Cô nhớ lại: “Vào sáng thứ Bảy, tôi không còn ở trong căn phòng đầy những người lạ nữa. Vào tối Chủ nhật, chúng tôi đã trở thành những người bạn.” Sasha cho biết cô biết rất ít người trong lĩnh vực này trước ngày thứ Sáu đó, mạng lưới công việc của cô đã “bùng nổ” sau sự kiện, và “vì vậy, tôi đã nắm bắt được những công nghệ tiên tiến, thị trường và những đồng đội tiềm năng”. Kể từ Startup Weekend đầu tiên, cô đã làm việc với tư cách là một nhà bình luận cho một trang web tập trung vào khởi nghiệp, bán công ty mà cô đã khởi sự và làm tư vấn viên cho các dự án khác.

Đưa mọi người vào trong môi trường như Startup Weekend có mục đích kép. Nó giúp giảm rủi ro tài chính trong tương lai, vì bạn sẽ sớm khám phá ra liệu những người tham dự có khả năng giúp bạn bắt đầu một dự án hay không. Đó cũng là phương pháp để đảm bảo rằng kinh nghiệm khởi nghiệp là do cá nhân thực hiện. Tuy 90% công ty khởi nghiệp thất bại, nhưng “phần thưởng” họ có được là kinh nghiệm. Nếu bạn không thích làm việc với các đối tác thì kinh nghiệm đó chắc chắn là một điều tồi

tệ. Nếu đã làm việc với họ trong một ngày cuối tuần, bạn sẽ có định hướng tốt hơn để đánh giá liệu bạn có thể gắn kết với họ về lâu dài hay không. Một vài người tham dự đã xây dựng các công ty thành công và phát triển vượt ra khỏi Startup Weekend, trong khi hầu hết đều tìm thấy mối quan hệ trong công việc, tình bạn và đôi khi là một người đồng sáng lập tại Startup Weekend.

TẬN DỤNG LỢI THẾ CỦA CÁC THIẾT LẬP CÓ NĂNG LƯỢNG CAO, RỦI RO THẤP

Bản chất rủi ro thấp của kết nối mạng lưới tại Startup Weekend khiến nhiều người cho rằng họ có thể mở rộng an toàn tầm nhìn của mình theo những cách khác. Kyle Kesterson, nhà phát triển đồ chơi sinh sống tại Seattle, không nghĩ rằng anh ta có thể học hỏi điều gì đó từ Startup Weekend. Theo Kesterson, bạn anh và "cựu binh" khởi nghiệp Donald DeSantis đã "miêu tả nó với tôi khi cùng mọi người tạo ra iPhone, các ứng dụng web và nó tuyệt vời như thế nào, nhưng tôi chỉ nghe loáng thoáng chứ không nghĩ nhiều về nó." Kesterson nhớ lại nỗ lực của DeSantis nhằm thuyết phục anh tham gia vào một sự kiện Startup Weekend: "Tôi đã viện đủ lý do và cuối cùng đã lỡ buổi tối thứ Sáu cùng nhau, tôi nghĩ rằng mình sẽ thoát được vụ cuối tuần này."

Vào 1 giờ sáng thứ Bảy, Kesterson nhớ đã nhận được cuộc điện thoại từ DeSantis: "nghe như thể anh ta vừa mới chạy trốn cảnh sát hay thứ gì đó tương tự vậy." DeSantis cho hay trải nghiệm Startup Weekend thật tuyệt vời nhưng "không có nhà thiết kế nào ở đó và dù nền tảng của tôi là gì, chỉ cần tôi có kỹ năng thiết kế hoặc mắt thẩm mỹ, mọi người sẽ rất cần tôi." DeSantis sẽ không chấp nhận lời từ chối.

Vì vậy, lúc 7 giờ 30 phút vào sáng thứ Bảy, Kesterson đã đến Startup Weekend lần đầu tiên. Anh thừa nhận rằng dự án mà anh tham gia có chút kỳ lạ: tạo ra một con thú cưng ảo trông giống John Stamos. Tamagotchi, tên của sinh vật kỹ thuật số, được cho là một loại mặt hàng "hoài cổ" dành cho những người nhớ Bác Jesse do Stamos thủ vai trong phim sitcom[3] Full House những năm 1980.

[3] Phim thuộc thể loại hài kịch tình huống. (BTV)

Kesterson nhớ lại việc phác họa sinh vật, sau đó phát triển các tính năng khác nhau của nó trên máy tính. Những người khác mã hóa hoặc chuẩn bị các bài thuyết trình PowerPoint, vì vậy hầu hết mọi người sẽ đi qua máy tính xách tay của anh ấy và có chút ngạc nhiên.

Tuy nhiên, nhiều người cũng cảm thấy thích thú và ấn tượng. Qua cuối tuần, Kesterson đã có một đống danh thiếp và một vài lời mời làm việc. Một người thậm chí còn đề nghị gửi hồ sơ của anh đến Giám đốc Phát triển Sáng tạo tại Pixar.

Nhóm của Kesterson đã giành được giải thưởng về ý tưởng kinh doanh có khả năng kiếm được một triệu đô-la – và cho đến ngày nay, những người tham dự sự kiện cuối tuần đó vẫn nói về nó. Quan trọng hơn là Kyle đã có được cái nhìn đầu tiên về cuộc sống trong thế giới khởi nghiệp. Giờ đây, anh là người đồng sáng lập Giant Thinkwell, công ty xây dựng nền tảng tương tác với người hâm mộ cho những người nổi tiếng và người có ảnh hưởng để phát triển, thu hút và kiếm tiền từ những người hâm mộ thông qua trải nghiệm trực tuyến và di động. Họ đã chuyển từ John Stamos sang những người như Lady Gaga[4]. Kesterson cũng tốt

nghiệp chương trình TechStars của Seattle, một sáng kiến hỗ trợ các doanh nhân chứng minh ý tưởng của mình.

[4] Ca sĩ kiêm nhạc sĩ nổi tiếng người Mỹ.

Nhìn lại trải nghiệm của mình, Kesterson nói: “Khởi sự Giant Thinkwell là một ý nghĩ chưa từng nảy ra trong đầu tôi” trước khi đến với Startup Weekend. Anh thừa nhận: “Tôi hoàn toàn không có mạng lưới, kiến thức hay hiểu biết về thế giới khởi nghiệp/công nghệ. Dù muốn thành lập một công ty vượt ra khỏi chuyên môn thiết kế và minh họa mà tôi đang làm theo hình thức công việc tự do, nhưng tôi không biết cách soạn một tài liệu giới thiệu ý tưởng trước các nhà đầu tư, phải nói chuyện với ai, hay cần nghĩ đến những gì khi thành lập đội ngũ. Tôi còn rất non nớt, ngây ngô và chỉ có một mình.”

Giống như bạn từng viết những bản nháp thô cho các bài báo ở trường, việc dành thời gian để phác thảo một bản nháp thô về công ty khởi nghiệp sẽ không hề lãng phí công sức. Việc tạo “bản nháp thô” tại các sự kiện hợp tác năng lượng cao và rủi ro thấp giúp xác định và củng cố các yếu điểm. Hãy suy nghĩ về nó như là một buổi diễn tập cho công ty khởi nghiệp của bạn!

Kết nối mạng lưới dựa trên hành động mà anh có được tại Startup Weekend cung cấp cho Kesterson không chỉ một danh sách các liên hệ mới và kiến thức về thế giới khởi nghiệp; mà còn đặt anh vào một thế giới năng động gồm những người đầy động lực. “Startup Weekend giống như cảnh tiêm liều thuốc kích thích vào tim trong phim Pulp Fiction (Chuyện tào lao),” anh nói. Là một nhà thiết kế nhân vật, anh không thể cưỡng lại việc so sánh với

phim hoạt hình; và nói rằng anh có cảm nhận giống như chú khủng long Little Foot trong The Land Before Time (Vùng đất tiền sử) khi chú tìm được đường đến miền đất hứa Great Valley. Kesterson giải thích: “Nó ngay lập tức khiến tôi cảm thấy thế giới trước đây của mình quá nhàm chán và đơn điệu. Mọi người ở Startup Weekend đều có khả năng sáng tạo, năng suất và mong muốn hợp tác rất lớn.”

Có cơ hội gặp gỡ các cá nhân từ những lĩnh vực khác là điều mà Kesterson nói anh không có được lúc ở trường học hoặc trong công việc thiết kế đồ chơi hằng ngày. Startup Weekend đã giới thiệu anh với không chỉ “những người đến từ Microsoft và Google”, mà còn với những người mà Kesterson nghĩ rằng họ đến từ “môi trường kinh doanh B2B khô khan”. Anh giải thích rằng dù anh không thực sự phù hợp với thế giới đó, những người đến từ những môi trường khác “đã có các ý tưởng thực sự thú vị về việc hợp tác cùng ai đó với những kỹ năng tương tự như của tôi.”

Trên thực tế, rất nhiều người tham gia Startup Weekend làm việc tại các công ty lớn hơn. Dù họ có thể cảm thấy như thể mình có nguồn tài nguyên vô hạn, khiến họ không biết phải làm gì – vì họ bắt đầu tin rằng họ cần tất cả những tài nguyên đó để khởi sự một công ty mới. Đó là lý do tại sao việc kết nối với “cựu binh” của các công ty khởi nghiệp và làm việc cùng những người có can đảm tham gia vào quá trình này sẽ rất có lợi cho họ.

Tại Startup Weekend, Kesterson đã gặp được những người rất lịch thiệp, và cả những người không; anh thấy những người tham gia vào nền tảng trò chơi mạng xã hội (social gaming) và cả một số người chắc chắn không tham gia. “Đa dạng là thế, nhưng tất cả đều liên quan đến công nghệ và những ý tưởng phát triển. Tất cả

mọi người thực sự vui mừng, cởi mở và hào phóng với những ý tưởng của họ.” Anh ấy nói rằng anh chưa từng thấy sự cởi mở này. “Họ muốn nhận được nhiều phản hồi nhất có thể và thực sự tìm tòi nghiên cứu. Và trong quá trình tìm tòi này, bạn tìm ra ý tưởng của mình.”

Kesterson nói rằng khi còn đi học, anh mơ trở thành một nhà thiết kế tự do, nhưng ngay cả khi việc đó thành sự thực, anh cũng đang hiện thực hóa những ý tưởng của người khác. Anh chưa từng nghĩ sẽ sở hữu công ty riêng, nơi anh đưa ra khái niệm cho những gì mình đang thiết kế.

Suy nghĩ của Kesterson trước khi đến với Startup Weekend không phải là độc nhất – và đây cũng không phải là một hiện tượng xuất hiện ở riêng học sinh Mỹ. Thibaut Labarre, một người tham dự Startup Weekend khác, giải thích rằng trong trải nghiệm của mình tại Đại học Kỹ thuật Pháp, “được cho là nơi đào tạo những nhà khoa học và kỹ sư thông minh và tài năng nhất”, ông đã không được tiếp xúc với những người thuộc các lĩnh vực khác hoặc có ý tưởng kinh doanh tuyệt vời. Tuy nhiên, tại Startup Weekend ở Paris, Labarre và nhóm của ông đã phát triển trang web mà mọi người có thể chia sẻ hiểu biết của họ về những gì sẽ xảy ra trong tương lai. Ông giải thích: “Mục tiêu là tập trung tất cả mọi người lại với nhau để đưa ra dự đoán chính xác nhất về những gì sẽ xảy ra.” Labarre nói rằng ông muốn xây dựng một khóa học được mô phỏng theo Startup Weekend như một phần trong chương trình giảng dạy tại trường đại học của ông. “Startup Weekend thắp lên tinh thần khởi nghiệp trong tôi và tôi cảm thấy mọi thứ đều có thể thực hiện khi mọi người thuộc mọi lĩnh vực cùng làm việc với nhau vì một mục đích chung.”

THOÁT KHỎI VÙNG AN TOÀN

Các doanh nhân phải khác những người làm việc cho các công ty lớn. Họ không thể chỉ ngồi một chỗ và tương tác với những người khác làm công việc giống họ. Là một cựu binh khởi nghiệp và "nhà truyền bá" cho mạng lưới tinh thần doanh nhân, Bob Crimmins chỉ ra: "Đối với một doanh nhân, mối quan hệ với những người làm công việc khác với bạn giữ vai trò quan trọng nhất."

Các doanh nhân phải hành động giống như CEO, với cách tiếp cận thực tế hơn. Họ phải biết một chút về mọi khía cạnh kinh doanh. Điều đó không có nghĩa là họ phải có khả năng lập trình nếu những người lập trình nghỉ ốm vào ngày hôm đó, nhưng họ phải biết những gì liên quan đến viết mã. Họ phải ước lượng được khoảng thời gian và cách công việc được thực hiện. Tuy nhiên, tương tác hằng ngày thường không cho chúng tôi cơ hội xem các đồng nghiệp ở những phòng ban khác làm việc như thế nào. Thoát khỏi vùng an toàn trong lĩnh vực của bạn là yếu tố cần để trở thành doanh nhân thành công. Như chúng ta thảo luận sau đây, Startup Weekend đã giúp các doanh nhân có thể nhìn vào toàn bộ luồng công việc, xem toàn bộ quá trình được thực hiện tốt hơn và hiệu quả hơn như thế nào.

Rất nhiều quản lý dự án tại Startup Weekend tỏ ra khiêm tốn và nói họ chỉ mua cà phê vào buổi sáng và bia vào buổi tối, còn nhóm của họ đã làm tất cả mọi việc. Tuy nhiên, điều này hiếm khi xảy ra. Duy trì đội ngũ vững chắc, kết hợp các kỹ năng cá nhân với một yếu tố cụ thể của dự án, và đảm bảo rằng mọi người hòa thuận và vui vẻ trong khi làm việc là những việc quan trọng của một nhà sáng lập công ty khởi nghiệp. Việc kết nối mạng lưới

dựa trên hành động tại Startup Weekend tạo cơ hội cho các doanh nhân thử sức với những vai trò này.

Không phải tất cả những hoạt động kết nối mạng lưới diễn ra đều thuộc về nhóm của bạn. Một người tham dự Startup Weekend, Alexa Andrzejewski, đã thành lập công ty Foodspotting, một ứng dụng mạng xã hội cho phép người dùng đăng tải hình ảnh và giới thiệu các món ăn yêu thích (không chỉ những nhà hàng ưa thích) của họ. Alexa mô tả cách cô tham dự sự kiện cuối tuần với một ý tưởng trong đầu nhưng không có kế hoạch để phát triển nó đầy đủ. Thay vào đó, cô dọn một bức tường trống và dán những tờ giấy nhớ mà cô và các thành viên trong đội liệt kê ý tưởng trên đó lên tường. Alexa giải thích: "Chúng tôi muốn động não một cách trực quan." Và việc đó đã rất hiệu quả; những người tham gia Startup Weekend khác sẽ đặt câu hỏi hoặc đưa ra đề xuất. "Chúng tôi đã nói chuyện với một nhà nghiên cứu thị trường về cách chúng tôi có thể nghiên cứu các nhà hàng để cải thiện Foodspotting, và trao đổi với một luật sư để nắm được quy trình khởi sự một công ty."

Half Baked

Half Baked là một hoạt động ice breaker[5] tuyệt vời khuyến khích những người tham dự Startup Weekend thư giãn, gặp gỡ người khác, thực hành thuyết trình giới thiệu, và ghi nhớ rằng tất cả chúng ta ở đây để có sự vui vẻ. Ý tưởng khởi nghiệp "half baked" khuyến khích mọi người tư duy sáng tạo và có thể thích ứng nhiều tình huống khác nhau.

[5] Một hoạt động giúp mọi người không quen biết nhau trước cảm thấy thư giãn và thoải mái hơn với nhau. (BTV)

Điền vào một nửa tấm bảng tất cả những từ ngẫu nhiên bạn có thể nghĩ đến: hươu cao cổ, chuối, móc khóa, núi lửa, chú khủng long, Big Foot, bùng nổ, đĩa bay, dép, tím, thần Zeus, hoa dạ yến thảo. . .

Khuyến khích cả nhóm nói ra nhiều từ ngẫu nhiên hơn cho đến khi kín bảng.

Chia nhóm thành các đội bằng nhau (mỗi đội gồm sáu người là hợp lý). Chúng tôi muốn chia như vậy để mọi người phải tách ra và gặp gỡ những người mới.

Mỗi đội chọn hai từ trên bảng. Những từ này giờ là tên của một công ty khởi nghiệp. Mỗi đội chọn sử dụng các cặp từ và một từ không thể được sử dụng hai lần. (Ví dụ: Đội 4 chọn Chuối nổ thì Đội 7 phải bắt đầu từ Chuối mềm đến Dép mềm.)

Khi đã chọn xong từ, các đội có 10 phút để chuẩn bị một bài thuyết trình dài 1 phút giải thích ý tưởng khởi nghiệp của họ.

Theo một trật tự ngẫu nhiên, mỗi đội trình bày ý tưởng khởi nghiệp hoàn toàn mới của họ. Ví dụ: “Chúng tôi là Đội 4 và chúng tôi muốn giới thiệu với bạn về Chuối nổ. Chúng ta đều biết rằng trẻ em không phải lúc nào cũng ăn đủ trái cây và chúng tôi cảm thấy rằng đó là vì trái cây khá là chán. Vậy làm thế nào cha mẹ có thể khiến con cái của họ muốn ăn trái cây? Đương nhiên, bằng cách phục vụ họ món Chuối nổ an toàn và thú vị. . . “

Nhóm chiến thắng được xác định bởi âm lượng vỗ tay (đo bằng công cụ Applause-o-Meter).

*Startup Weekend xin cảm ơn Dave McClure đã giới thiệu cho chúng tôi Half Baked.

Alexa đã trình bày ý tưởng của mình đến hàng chục người, và nhận được nhiều phản hồi có giá trị. Khi rời đi vào Chủ nhật, cô đã có một ý tưởng tốt hơn về cách làm cho khái niệm của mình hiệu quả – và cô đã luyện tập thuyết phục khách hàng tiềm năng cực kỳ nhuần nhuyễn. Mặc dù Alexa đã không tìm thấy nhóm của mình tại Startup Weekend, nhưng cô đã tiếp cận được một số nguồn tài trợ ban đầu cho ý tưởng nhờ những kết nối mà cô đã tạo ra ở đó.

Một người tham dự khác của Startup Weekend ở Grand Rapids, Michigan, đã tham gia vào dự án Rethink Water với sứ mệnh giảm lượng rác thải từ chai nhựa bằng cách lắp đặt máy lọc nước tại các trường đại học. Anh nhớ lại: "Tình bạn chốc lát của chúng tôi, cũng như niềm đam mê đối với dự án và những lợi ích chung trong việc đưa không chỉ dự án Rethink Water mà còn các ý tưởng khác ra thị trường, đã tiếp sức cho chúng tôi trong suốt cuối tuần và cho đến ngày nay."

Giống như Alexa, vị doanh nhân này nói rằng không chỉ những người trong nhóm mới giúp đỡ nhau. "Tôi rất thích tính chất hợp tác và cởi mở của sự kiện." Anh đã rất ấn tượng với cách 'mọi người sẵn sàng chia sẻ công việc của họ và giúp đỡ những người khác'. Chúng tôi có thể gặp khó khăn với vấn đề này, rồi một ai đó

từ nhóm khác dừng lại, xem xét và đưa ra các lựa chọn thay thế sáng tạo khác.”



Có rất nhiều ví dụ trong cuộc sống hằng ngày về việc chúng ta hành động dựa vào phản hồi của bạn bè: đi mua sắm, chọn màu sơn, lên kế hoạch cho một kỳ nghỉ, tư vấn về mối quan hệ, v.v... Các phản hồi rất quan trọng, đừng bỏ qua những quan điểm bên ngoài khi xây dựng công ty khởi nghiệp của bạn.

Một người phụ nữ khác đến Startup Weekend với ý tưởng tương tự như Groupon, nhưng hướng tới nữ giới, cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ mà phụ nữ sẽ quan tâm. Cũng giống như Groupon, giao dịch sẽ chỉ được thực hiện nếu có đủ người đăng ký. Vì vậy,

cô đã tập hợp một nhóm và gửi tin nhắn yêu cầu phản hồi đến tất cả những người tham dự Startup Weekend. Cuối cùng, họ đã thay đổi mô hình trong suốt sự kiện với ý tưởng rằng một phần tiền sẽ được trao cho các tổ chức từ thiện cụ thể và họ để các doanh nghiệp giữ phần lợi nhuận cao hơn so với mức Groupon đưa ra. Nhờ có tất cả phản hồi mà họ nhận được từ những người tham dự Startup Weekend, ý tưởng mà họ có được vào tối Chủ nhật đã hoàn toàn khác biệt so với ý tưởng ban đầu của họ vào tối thứ Sáu.

NẾU KHÔNG PHẢI LÀ MỘT CÔNG TY KHỞI NGHIỆP THỰC SỰ THÌ ÍT NHẤT HÃY LUÔN XÂY DỰNG MỐI QUAN HỆ

Startup Weekend bắt đầu thu hút các nhà đầu tư và các cựu binh khởi nghiệp đến các sự kiện muốn chứng kiến những điều lớn lao xảy ra. Giới đầu tư khởi nghiệp khá phức tạp. Hỏi đúng người, yêu cầu đúng số tiền và trình bày chính xác ý tưởng là những phạm trù mà một người vừa tốt nghiệp đại học hoặc dân công nghệ có thể không biết.

Các nhà đầu tư thường bị những đề xuất ý tưởng kinh doanh mới tấn công dồn dập. Làm thế nào mà họ biết được ai sẽ theo đuổi chúng đến cùng? Các doanh nhân lần đầu chưa có thành tích trong quá khứ sẽ gặp khó khăn trong việc trình bày ý tưởng trước những nhà đầu tư cấp cao nhất. Tuy nhiên, Startup Weekend cho phép các nhà đầu tư theo dõi sự phát triển của một ý tưởng từ bài giới thiệu vào tối thứ Sáu đến một mô hình kinh doanh thực sự – và đôi khi là một doanh nghiệp thực sự – vào tối Chủ nhật. Ngay cả khi một nhà đầu tư không tài trợ cho ý tưởng đó, anh ta có thể tìm thấy một người mà anh ta sẵn lòng hỗ trợ trong tương lai.

Điều ngược lại cũng có thể xảy ra. Danielle Siauw đã tham dự một sự kiện Startup Weekend tại Singapore, nơi cô đã trình bày ý tưởng về FashionSpace – một trang web với các tạp chí thời trang do người dùng tạo ra, một Facebook về thời trang hay một bộ sưu tập thời trang được gắn kèm công cụ tìm kiếm. Ý tưởng của cô không thu hút được sự chú ý của những người tham dự Startup Weekend và không được chọn để thực thi. Tuy nhiên, bài trình bày của cô đã thu hút được sự chú ý của một nhà đầu tư thiên thần. Ngay sau đó, Siauw nói: "Tôi từ bỏ công việc tẻ nhạt và tìm thấy cuộc sống mới trong công ty khởi nghiệp của mình với sự trợ giúp của Startup Weekend. Cuối cùng, tôi đã có thể thực hiện ước mơ trở thành doanh nhân."

Donald DeSantis, cựu binh của một số công ty khởi nghiệp tại Seattle, đang tham dự Startup Weekend ở Costa Rica khi ông gặp một chàng trai sở hữu một công ty khởi nghiệp non trẻ tại sự kiện. Dù đây không phải là dự án mà anh ấy đã phát triển vào cuối tuần qua, nhưng DeSantis đã giới thiệu chàng thanh niên này với một số giám khảo. Anh ta đã kể cho họ về công ty của mình và cuối cùng nhận được đề nghị đầu tư. DeSantis thuật lại, anh chàng đó nói rằng: "Tôi không biết nhà đầu tư nào. Ở Costa Rica, phải mất rất nhiều thời gian để tạo nên những mối quan hệ đó, chưa kể đến tệ nạn quan liêu và hối lộ. Anh đã giúp quãng đường của tôi ngắn lại."

Cựu Giám đốc Điều hành của Mạng lưới Northwest Entrepreneur, Rebecca Lovell đã tham dự một số sự kiện Startup Weekend với cương vị cố vấn đầu tư. Cô đề nghị rằng những người tham dự Startup Weekend cần cố gắng gặp gỡ các vị giám khảo và những khách mời khác tại sự kiện. Lovell ví việc tham dự Startup Weekend như "thị thực kéo dài hai ngày cuối tuần. Bạn cần tận

dụng thời gian để tạo ra những mối liên hệ mạnh mẽ." Cô cho rằng nhiều nhà đầu tư có thể "sẵn sàng giúp đỡ, nhưng họ rất bận rộn." Vì vậy, bạn phải tạo được ấn tượng với họ trong những ngày cuối tuần. Bạn không thể chỉ trao cho ai đó danh thiếp của mình; bạn phải gắn kết với họ và tạo ra kết nối thật sự.

Việc các giám khảo và nhà đầu tư tiềm năng tại Startup Weekend nhìn thấy những gì người tham gia có thể làm được – ngay cả khi ý tưởng mà người tham dự phát triển vào cuối tuần không phải là điều mà họ hy vọng sẽ theo đuổi tới cùng – rất hữu ích. Trên thực tế, chúng tôi cho rằng các doanh nhân mới chớm nở có xu hướng quá tập trung vào những ý tưởng thực tế của họ. Chúng tôi tin rằng con người mới là yếu tố tạo ra hoặc phá hỏng dự án kinh doanh, chứ không phải ý tưởng. Như chúng tôi đã nói ở trên, ý tưởng chẳng đáng một xu. Đó là điều khiến việc kết nối mạng lưới dựa trên hành động tại Startup Weekend rất quan trọng. Những người tham dự sẽ gặp những người có thể quyết định thành công của một dự án. Lovell cũng cảnh báo các doanh nhân đừng tập trung quá nhiều vào ý tưởng của họ, hoặc coi Startup Weekend đơn thuần chỉ là nơi để kiếm tìm người hỗ trợ cho ý tưởng của họ miễn phí vào cuối tuần. "Khi ai đó 'kết hôn' với một ý tưởng, nó có thể gây ra rắc rối cho họ", cô nói.

Một trong những người cố vấn của chúng tôi đã làm việc với các chương trình tư vấn khởi nghiệp khác như Y-Combinator, nói rằng những kiểu chương trình này chọn những công ty để hỗ trợ dựa trên người tạo nên các nhóm, và hy vọng ý tưởng sẽ thay đổi theo. "Là cố vấn, tôi tìm kiếm những người tham dự 'ngồi ngoài' vào tối thứ Sáu, cố gắng tìm đội nhóm để tham gia hoặc [người] cảm thấy chán nản vì ý tưởng của họ không được chọn. Tôi bảo

họ hãy cứ nói chuyện với các đội và tham gia vào một đội với những người có vẻ vui vẻ.”

ĐA DẠNG NỀN TẢNG LÀ CHÌA KHÓA

Kết nối mạng lưới dựa trên hành động rất quan trọng, không chỉ với các doanh nhân mà còn với cả quá trình thiết lập cơ sở hạ tầng của các công ty khởi nghiệp ở một nơi cụ thể. Tại các thành phố như New York hay London, tinh thần doanh nhân có vẻ không có gì mới mẻ. Nhưng có rất nhiều doanh nhân tại Mỹ và thế giới cần một cách kết nối hiệu quả với người đồng sáng lập và đồng nghiệp – những người chia sẻ tinh thần khởi nghiệp đó. Startup Weekend cho phép mọi người tạo ra những liên kết mạnh mẽ, từ đó phát triển thành một cộng đồng. Thông thường, những người tổ chức Startup Weekend có rất nhiều địa chỉ liên hệ trong cộng đồng công ty mới khởi nghiệp, doanh nghiệp và/hoặc công nghệ của họ. Vì vậy, mặc dù rào cản gia nhập có vẻ thấp, nhưng các sự kiện thường gồm một nhóm những người tham gia có động lực và quan hệ rộng.

Công tác tiếp cận cộng đồng quốc tế của Startup Weekend nghĩa là các doanh nhân muốn mở rộng tầm nhìn của họ để tìm kiếm những người có cùng chí hướng trên toàn cầu. Một người tham dự Startup Weekend đã khởi sự một công ty cung cấp tủ khóa tại bãi biển và các giải pháp khóa điện tử ở Bồ Đào Nha. Cô muốn mở rộng sang Pháp, nhưng lại nhận ra rằng mình không thể tự làm điều đó. Vì vậy, cô tham dự sự kiện Startup Weekend ở Toulouse và gặp “những người có nhiều động lực với nền tảng đa dạng” đã giúp cô phát triển kế hoạch mở rộng quy mô sang các quốc gia khác.

Sự đa dạng các nền tảng cá nhân rất quan trọng đối với thành công của Startup Weekend, và là yếu tố cần để hình thành các đội ngũ doanh nhân phù hợp. Eric Lagier là người sáng lập Memolane, một công cụ thu thập và sắp xếp ảnh, nhạc, video, tweet, trạng thái và blog – một ứng dụng "tất cả trong một". Trong số hai người đồng sáng lập mà anh gặp tại một sự kiện Startup Weekend ở Copenhagen, Eric chia sẻ rằng một người có học vấn mức trung bình, còn người kia thì có tới hai bằng thạc sĩ. Họ đến từ các quốc gia khác nhau – nhóm ban đầu của ông bao gồm những thành viên đến từ Đức, Hà Lan, Thụy Điển, Anh và Đan Mạch – và Eric tin rằng "chúng tôi sẽ không bao giờ có thể gặp nhau trong những hoàn cảnh bình thường." Anh thấy có rất nhiều lứa tuổi tham gia Startup Weekend – từ những người trong độ tuổi 20 đến những người đã có sự nghiệp lâu dài trong giới doanh nghiệp.

Ít nhất, Eric nói rằng anh đã dành sáu tháng để tập hợp một đội ngũ không chỉ có kỹ năng phù hợp mà còn sẵn sàng làm việc với anh trong dự án. "Những người này có thể đã từng dành cuối tuần để ăn uống, tiệc tùng và làm những việc tầm phào. Nhưng thay vì thế, họ đã quyết định dành thời gian ở Startup Weekend."

Và không chỉ đội ngũ của anh đã được thành lập như vậy; Eric cũng theo dõi những người khác. Anh kể về một nhà marketing phát triển kinh doanh đã gặp một người quản lý dự án, và hai người họ đã tạo nên một công ty khởi nghiệp thành công. Nhìn lại, Eric nói rằng "rất nhiều năng lượng đã được giải phóng" khi cả hai làm việc cùng nhau.

Alexa Andrzejewski cho biết cô cũng có kinh nghiệm tương tự về việc tìm người tại Startup Weekend. "Tôi là một nhà tư vấn về trải

nghiệm người dùng," cô nói, "tôi đã nhìn khắp mạng lưới của mình và nhận ra tất cả những người tôi biết đều làm công việc giống tôi, có nghĩa là tất cả họ chỉ có thể đáp ứng một vai trò tại Foodspotting." Alexa không biết bất kỳ nhà đầu tư hay nhà phát triển nào; cô nói đùa: "Họ đến các trại phát triển và những nơi như thế." Một trong những lý do khiến cô đến với Startup Weekend là vì khả năng "trao đổi chéo (cross-pollination)". Mặc dù Foodspotting không giành chiến thắng trong sự kiện này, nhưng một giám khảo đã đề nghị cấp cho đội của cô 5.000 đô-la tiền vốn sau khi cuộc thi kết thúc – đồng thời đưa ra rất nhiều lời khuyên về cách gọi vốn.

BẠN DUY TRÌ ĐỘNG LỰC NHƯ THẾ NÀO?

Chúng tôi thường tự hỏi là làm thế nào có thể giữ mãi bầu không khí của Startup Weekend trong cộng đồng, ngay cả sau khi sự kiện cuối tuần kết thúc. Chúng tôi không nghĩ rằng việc nhiều người tham dự đang phát triển các ứng dụng và chương trình giúp mọi người giữ liên lạc và đưa những người có cùng ý tưởng tiếp cận với nhau là sự trùng hợp ngẫu nhiên. Xu hướng về không gian làm việc chung là một bước phát triển quan trọng. Ý tưởng của những người trực tiếp làm các dự án với nhau trong thời gian thực sẽ tiếp tục khuyến khích các mối liên hệ và kết nối mạng lưới dựa trên hành động bắt nguồn từ Startup Weekend.

Khi Tyler Koblasa biết "Coloft" được mở cửa tại Los Angeles, ông đề nghị tổ chức một sự kiện Startup Weekend ở đó. "Mọi người biết rằng họ sẽ tham gia vào cộng đồng này và có thể tìm thấy thứ họ đang tìm kiếm." Ông nói: "Không gian làm việc chung là thành phần quan trọng trong việc xúc tiến Startup Weekend và không dừng lại ở ba ngày tổ chức mà còn liên quan đến mọi yếu tố dẫn

đến sự kiện và những gì xảy ra sau đó." Thậm chí, Tyler còn bắt đầu tài trợ cho một sự kiện hằng tháng ở đó, mỗi người phải trả 10 đô-la tiền phí để làm việc trong một dự án từ 7 giờ tối đến 2 giờ sáng cùng những người tham dự khác. "Chúng tôi muốn [thiết lập cả] nguồn cung cấp và mạng lưới hỗ trợ cho Startup Weekend."

Kết nối mạng lưới dựa trên hành động là một hiện tượng mang tính cục bộ, nhỏ lẻ và địa phương. Bạn không chỉ cần gặp gỡ và nói chuyện với mọi người; mà còn cần phải ở cạnh họ hằng giờ, hay hằng ngày. Nhưng kiểu kết nối mạng lưới cục bộ này cũng có thể được mở rộng. Có người từ ngoài thị trấn đến tham dự các sự kiện của chúng tôi và cả những người gặp gỡ đồng sáng lập, các nhà đầu tư và đồng nghiệp của họ thông qua mạng lưới quốc gia và quốc tế rộng lớn của chúng tôi. Bạn có thể thu nhận kiến thức từ những người khác tại các sự kiện Startup Weekend và chuyển đổi thứ gì đó từ cục bộ thành toàn cầu.

Trong vài năm qua, một số thành viên trong nhóm Startup Weekend đã đến sự kiện South by Southwest[6] (SXSW) ở Austin, Texas. SXSW không chỉ là địa điểm lý tưởng để chúng tôi gặp gỡ những người năng động, tính cách độc lập mà còn là một mô hình tuyệt vời cho Startup Weekend. Nếu để ý, bạn sẽ thấy những nhà sản xuất âm nhạc, nghệ thuật hoặc phim ảnh có thể tham dự các bữa tiệc cocktail hoặc đi đến trường quay cùng nhau. Tuy nhiên, một sự kiện như SXSW hay Liên hoan phim Sundance thực sự cho thấy họ có khả năng làm gì. Mọi người đến các sự kiện này để có thể chứng kiến tài năng trong thực tế. SXSW đã ảnh hưởng lớn đến cả Mỹ lẫn ngành công nghiệp âm nhạc toàn cầu.

[6] Lễ hội âm nhạc và điện ảnh diễn ra tại Mỹ. (BTV)

Ngoài tính độc đáo của trải nghiệm tại Startup Weekend, chúng tôi nghĩ rằng nó còn mang ý nghĩa rộng lớn và lâu dài. Khi mọi người có được các bài học từ Startup Weekend và áp dụng chúng trong cộng đồng của họ, đồng thời truyền bá chúng tại nhiều nơi và trong nhiều ngành khác nhau, chúng tôi hy vọng chúng sẽ trở thành một phần không thể thiếu của cuộc cách mạng tinh thần doanh nhân.

2

Ý TƯỞNG TỐT CẦN ĐỘI NHÓM TUYỆT VỜI

Thuyết trình để tìm kiếm tài năng, không phải để gây vốn

ĐÓ LÀ VÀO 9 GIỜ TỐI ngày thứ Sáu, và bạn đang ở trong một căn phòng toàn người lạ mặt. Những chiếc hộp pizza đã rỗng từ lâu và được chất đống vào một góc, nhưng một vài người vẫn đang uống bia. Không gian trong căn gác mái tại Manhattan này thật ồn ĩ. Mọi người bắt đầu cảm thấy nóng, đổ mồ hôi. Nhưng không ai nhận thấy, và có ý định mở cửa. Thay vào đó, các bạn cố gắng trao đổi về ý tưởng kinh doanh và mã hóa

máy tính, quảng cáo và cơ sở khách hàng, vốn mạo hiểm và sự thành công của tinh thần doanh nhân. Bạn tìm kiếm, đôi khi là vô ích, những người mà vài phút trước đã cố gắng giới thiệu ý tưởng của họ đến bạn. Và bạn tìm những người quan tâm đến ý tưởng của mình. Bạn cầm trong tay những chiếc hộp pizza với tên công ty tương lai của mình được viết lên đó, hay vẽ nghệch ngoạc cái tên lên mặt sau của những chiếc đĩa giấy và ném chúng vào đám đông – làm bất cứ việc gì để gây được sự chú ý với đám đông hỗn loạn này.

Chỉ vài phút trước, căn phòng này vẫn còn giữ được trật tự. Bạn kiên nhẫn xếp hàng men theo bức tường với 30 người khác, chờ đợi để đưa ra ý tưởng về một doanh nghiệp mới trong 60 giây. Ngay cả sau 75 bài giới thiệu, vẫn có sự im lặng khi mỗi người bắt đầu trình bày. Khi nhìn xuống hàng người kéo dài ra phía hành lang, bạn thấy một số người lo lắng, chỉnh lại áo sơ mi và vuốt tóc. Một số đang ghi chép. Những người khác đang cố gắng ghi nhớ các câu giống như họ chuẩn bị thử vai cho một vở kịch Broadway.

Và bạn cũng tự hỏi bản thân: Bạn nên tỏ ra hài hước hay nghiêm túc? Bạn nên nhìn vào ai? Bạn có nên nói với họ về những gì bạn làm trong phần đời còn lại không? Có ai quan tâm không? Bạn có nên đề cập đến số lượng tương tự sự kiện mà bạn đã đến không? Giọng của bạn có quá trầm không? Bạn sẽ nói quá lớn hay quá nhỏ? Bạn bắt đầu nghĩ 60 giây không phải là quá dài.

SỰ KỲ DIỆU CỦA 60 GIÂY

Khi bắt đầu thiết kế các sự kiện tại Startup Weekend, chúng tôi không tùy tiện chọn 60 giây để gây khó khăn cho mọi người hoặc

vì chúng tôi muốn nhìn thấy sự hoảng hốt trên gương mặt của họ khi nhận thấy thời gian sắp hết. Chúng tôi muốn nói đến thực tế rằng không ai có thể về nhà vào tối thứ Sáu nếu chúng tôi để tất cả mọi người trình bày ý tưởng trong thời gian lâu hơn thế.

Tuy nhiên, có một lý do quan trọng hơn: 60 giây là khoảng thời gian bạn có trong thang máy để giải thích khái niệm về công ty của mình với một người lạ mặt (thậm chí ít hơn, nếu bạn đi đến tầng thấp hơn). Sau 60 giây đó, bạn sẽ không thu hút được sự chú ý của người đó. Thậm chí nếu bạn có một cuộc họp theo kế hoạch với một người nào đó trong thời gian lâu hơn, lời khuyên của giáo viên lớp 7 dành cho bạn là chính xác: Câu chủ đề và đoạn giới thiệu cần phải thật tuyệt vời. Mọi người sẽ ngừng chú ý nếu em không thể khiến họ quan tâm từ những câu đầu tiên.

Vì vậy, tốt nhất là nên khiến 60 giây đó trở nên thật ý nghĩa. Dưới đây là lời khuyên mà chúng tôi đưa ra cho những người tham gia sự kiện trong phần “Friday Pitchfire”, gồm các câu hỏi cần trả lời để sử dụng thời gian của họ một cách khôn ngoan:

• 5-10 giây: Bạn là ai?

• 10-20 giây: Sản phẩm/dịch vụ của bạn giải quyết được vấn đề gì?

• 10-20 giây: Giải pháp của bạn là gì?

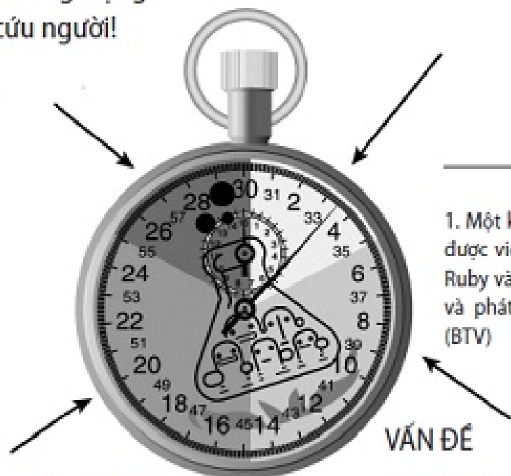
• 5-10 giây: Bạn cần ai vào nhóm của mình?

TÔI CẦN + KẾT LUẬN

Bất cứ ai có nền tảng y tế đều được chào đón; tôi cũng cần một nhà thiết kế và một người muốn hoặc có thể thiết kế ứng dụng di động. Hãy cứu người!

BẠN LÀ AI

Tôi là Jen – một lập trình viên Ruby on Rails[1], và tôi thích bánh cupcake!



GIẢI PHÁP

Tôi muốn theo dõi và định vị những người có triệu chứng tiền tiểu đường. Do đó, chúng tôi sẽ xây dựng một bản đồ thời gian thực để truyền tải thông tin về vấn đề này. Tôi cũng muốn giúp những người có các triệu chứng tiền tiểu đường nhận được sự hỗ trợ, kết nối họ với nhau bằng một ứng dụng di động.

VẤN ĐỀ

Tôi ước mình có thể giúp những người mắc bệnh tiểu đường; hiện nay có hơn 170 triệu người trên thế giới mắc bệnh tiểu đường. Tiền tiểu đường là tình trạng mà trong đó một số tiêu chí chẩn đoán về bệnh tiểu đường đều được biểu hiện. Nó được gọi là dịch bệnh y tế lớn nhất nước Mỹ, ảnh hưởng đến hơn 57 triệu người Mỹ.

1. Một khung làm việc (framework) được viết bằng ngôn ngữ lập trình Ruby và được sử dụng để xây dựng và phát triển các ứng dụng web. (BTV)

Theo trải nghiệm của chúng tôi, những người tham gia có xu hướng tập trung quá nhiều vào câu hỏi đầu tiên: Bạn là ai? Khi

bạn trình bày ý tưởng về một công ty khởi nghiệp, khán giả muốn biết điều gì đó về bạn – liệu bạn đã có kinh nghiệm trong lĩnh vực này chưa. Ví dụ, một chàng trai muốn khởi sự một công ty gửi dịch vụ tặng mỗi trẻ em một món đồ chơi bất ngờ qua hòm thư mỗi tháng nói rằng anh đã từng làm việc trong ngành công nghiệp đồ chơi, và tất nhiên điều đó đã tạo cho anh ta sự tín nhiệm. Nhưng những người tham gia các sự kiện của chúng tôi không quan tâm nhiều đến nơi bạn đã theo học. Bạn có thể để những người tham dự khác biết bạn từ đâu đến hoặc những thông tin cá nhân khác nhưng chỉ khi chúng có liên quan hoặc nếu bạn nghĩ rằng chúng có thể hâm nóng bầu không khí của khán giả.

Bạn muốn trình bày điểm chính của mình càng nhanh càng tốt. Phần quan trọng nhất của bài thuyết trình là giải thích vấn đề và chạm được vào "nỗi đau (pain-point)" của khán giả. Chúng tôi nhớ có một chàng trai đã đứng dậy và giải thích rằng gần đây anh ấy đã mua một món quà sinh nhật cho bạn gái mình. Nó khá đắt và khi tặng cho cô ấy, anh ấy nói: "Cô ấy nhìn tôi như thể tôi vừa đá một con chó con." Có thể nói, cô ấy không vui với món đồ anh đã chọn. Ý tưởng của anh là tạo ra một trang web giúp nam giới chọn quà cho phụ nữ, và sau khi khán giả nghe câu chuyện đó, ý tưởng của anh ta đã được đón nhận. Có anh chàng nào trong phòng lại chưa từng trải qua chuyện đó? Tất cả họ đều muốn thử dùng "Manshopper".

Một doanh nhân khác băn khoăn về sự phiền toái của các cuộc gọi hội nghị: Ai chưa từng quên một cuộc gọi hội nghị hoặc phải chờ đợi những người khác tham gia? Cho dù bạn có chịu trách nhiệm hay vô trách nhiệm, quá trình này đều gây khó chịu. Người đưa ra giải pháp cho vấn đề này bắt chước giọng nói đơn âm tự động lặp

đi lặp lại yêu cầu mã sáu chữ số và thông báo số người tham gia cuộc gọi hội nghị. Khi anh đưa ra đề nghị rằng anh biết cách làm điện thoại của bạn đổ chuông khi đến giờ bắt đầu cuộc gọi, anh ta đã khiến mọi người trong phòng rất quan tâm.

Khi tìm cách giải thích vấn đề, cho dù đó là với khán giả, nhà đầu tư hay vợ/chồng của bạn, bạn nên đặt mình vào vấn đề. Có thứ gì đó đang thiếu ngoài kia. Những người muốn được kết nối mà không được kết nối. Những người không hài lòng với dịch vụ được cung cấp, hoặc họ không biết cách để tìm thấy thứ gì đó tốt hơn.

Đó có thể là vấn đề rất nghiêm trọng, chẳng hạn như nhiều người sẵn sàng cung cấp chỗ ở cho nạn nhân thiên tai, nhưng các nạn nhân và nhà cung cấp chỗ ở lại không thể tìm thấy nhau. Đó là những gì nhà sáng lập Sparkrelief đã giải thích khi ông tham dự sự kiện Startup Weekend ở Denver, Colorado vào tháng 10 năm 2010. Ông từng phải chuyển chỗ ở do cháy rừng ở California và hy vọng sẽ giúp đỡ được những người khác có hoàn cảnh tương tự. Ngày nay, Sparkrelief "trao quyền cho các cộng đồng và tổ chức nhanh chóng chia sẻ thông tin chính xác và cung cấp công tác cứu trợ trong suốt thảm họa." Nhóm này đã được tạp chí Time đưa tin, nhận được đóng góp từ khắp nơi trên thế giới và từng giúp đỡ các nạn nhân của trận động đất và sóng thần năm 2011 tại Nhật Bản.

Tuy nhiên, đừng lo lắng. Bạn cũng có thể trình bày một vấn đề nhỏ hơn. Giống như thế này: Bạn thích xem tivi với bạn bè? Làm thế nào bạn có thể làm điều đó khi họ không ở cùng phòng khách với bạn? Tất nhiên là thông qua một ứng dụng Internet-TV cung cấp tính năng trò chuyện video trong khi bạn đang xem.

GIỚI THIỆU GIẢI PHÁP CHỈ BẰNG MỘT CÂU

Vậy còn giải pháp thì sao? Bạn có thể tóm tắt nó trong một câu. Trong một phút, bạn phải bỏ qua tất cả các tính năng tuyệt vời mà bạn muốn thêm và tập trung vào sản phẩm cốt lõi. Nó giải quyết vấn đề mà bạn đã trình bày như thế nào? Nếu bạn đã giải thích rõ vấn đề, việc giải thích giải pháp ắt sẽ suôn sẻ.

Đã đến lúc giới thiệu thương hiệu cho sản phẩm của bạn. Hãy đặt tên cho công ty của bạn. Nếu đó không phải là thứ bạn sẽ theo đuổi tới cùng thì điều quan trọng là để mọi người nhớ tên. Khi người tham dự hoàn thành bài thuyết trình 60 giây mà không đề cập đến một cái tên, chúng tôi thường yêu cầu họ đưa ra tên ngay lúc đó. Bởi khán giả phải nghe quá nhiều bài thuyết trình, nên bạn cần phải cung cấp cho họ một cái gì đó để họ nhớ tới bạn.

Các nhà đầu tư thiên thần và đầu tư mạo hiểm có thể không phải gặp 50 hoặc 75 người thuyết trình ý tưởng cho họ trong ngày, nhưng chắc chắn con số này không nhỏ trong một tuần – đặc biệt khi tính tất cả những người tìm hiểu xem họ làm và muốn nói gì để tán dóc với họ bên bàn nhậu hoặc tại một bữa tiệc sinh nhật. Nhưng khán giả của bạn, ở cả Startup Weekend và những nơi khác, không chỉ bao gồm các nhà đầu tư, mà còn có các khách hàng! Hãy suy nghĩ về số lượng sản phẩm và dịch vụ tiếp cận dồn dập tới chúng tôi qua quảng cáo mỗi ngày, mỗi giờ và mỗi phút thông qua e-mail, tin nhắn, tweet, cuộc gọi điện thoại, quảng cáo truyền hình, biển quảng cáo và cả các biển hiệu trên xe buýt. Bạn cần một cái tên để làm nổi bật sản phẩm của mình.

Tất cả những lời khuyên về nội dung bài thuyết trình của bạn khá dễ hiểu. Nó cần thiết, nhưng chưa đủ – bạn cần phải thể hiện

nhiệt huyết của mình. Ngay cả khi là người cuối cùng thuyết trình, bạn vẫn phải cho thấy năng lượng và niềm đam mê như thể bạn là người đầu tiên. Bằng cách tham dự Startup Weekend, bạn đang cố gắng khiến mọi người dành hai ngày tiếp theo trong đời để làm việc với bạn. Bạn đang yêu cầu có được nhiều cam kết hơn trong thế giới thực.

Khẩu hiệu của các công ty Startup Weekend

123DressMe: Vừa "cool" vừa ngầu!

Foodspotting: Địa điểm lý tưởng để mua các loại thực phẩm ngon nhất.

Giant Thinkwell: Tốc độ, vui nhộn, và gây nghiện.

Keepstream: Chuyên nghiệp hóa các tweet.

LaunchRock: Tạo trang "Ra mắt sớm" lan truyền chỉ trong vài phút.

Memolane: Xem, tìm kiếm và chia sẻ cuộc sống.

Roqbot: Hãy trở thành DJ.

SuperMarmite: Liên hoan cả phố!

Task Ave.: Bạn cần làm, bạn cần phải làm chúng "ở đâu", giờ chỉ là chuyện nhỏ.

Vì lý do này, bạn phải cam kết với ý tưởng của mình, cũng như truyền cảm hứng để người khác cam kết với nó.

Nhiều người tham dự Startup Weekend nói rằng phải mất vài lần mới rút được kinh nghiệm; nghĩa là họ phải tham dự một vài sự kiện trước khi thực sự làm chủ được bài thuyết trình. Nhưng ngay cả khi bạn thực sự không hào hứng với ý tưởng của mình đến vậy, thì việc thử thực hiện nó cũng không có hại gì. Một số người mà chúng tôi nói chuyện có một danh sách rất dài các ý tưởng cho những dự án khởi nghiệp và chỉ cần chọn ngẫu nhiên một trong số đó khi họ đến vào tối thứ Sáu. Nhưng khi hoàn thành bài thuyết trình của mình, bạn muốn lắng nghe những người khác có niềm đam mê thực sự chia sẻ. Những người đó có thành phần quan trọng đầu tiên – năng lượng – cần thiết để tạo ra một đội ngũ khởi nghiệp thành công. Dù đừng ngần ngại đứng lên và đưa ra ý tưởng của mình, nhưng cũng đừng quá tự trọng khi gác ý tưởng của mình sang một bên nếu bạn nghe thấy một ý tưởng có vẻ hứa hẹn hơn.

XÂY DỰNG ĐỘI NGŨ

Với hiểu biết chắc chắn về kết nối mạng lưới dựa trên hành động và nghệ thuật thuyết trình, bạn có thể chuyển sang giai đoạn tiếp theo để khởi sự một doanh nghiệp: xây dựng đội ngũ. Chúng tôi yêu cầu tất cả mọi người cho chúng tôi biết chính xác họ cần ai để xây dựng sản phẩm của họ ở cuối bài thuyết trình. Một phần, điều đó đồng nghĩa với việc đánh giá các kỹ năng của bạn và tìm ra bạn đang thiếu những gì. Bạn là nhà phát triển thực sự cần một số ý kiến chuyên môn thiết kế hay là nhà thiết kế thiếu kiến thức

về phát triển kinh doanh? Bây giờ là lúc để thừa nhận ý tưởng của bạn cần sự trợ giúp và ý kiến chuyên môn nào.

Nhưng có lẽ bạn cũng muốn xem những lĩnh vực khác như thế nào – nói cách khác, thử một lĩnh vực khác. Có thể bạn rất giỏi viết mã nhưng bạn thực sự muốn biết liệu mình đã sẵn sàng phát triển doanh nghiệp chưa. Bạn muốn các nhà phát triển khác tham gia vào nhóm của mình để bạn không phải là người duy nhất thực hiện nhiệm vụ cụ thể đó; điều này giúp bạn có thể làm việc ở các khía cạnh khác của dự án. Đó là một cách hay để xây dựng các kỹ năng mới mà bạn không thể trau dồi trong công việc hằng ngày vì rủi ro quá cao. Bạn có thể nhận ra mình giỏi hoặc kém một mảng nào đó. Điều quan trọng cần nhớ là bạn không mất gì cả. Tương tự như cách chúng tôi thử nghiệm sản phẩm của mình nhiều lần. Đó là những gì các doanh nhân làm.

Sean Kean, một cựu tiếp viên hàng không đã làm công việc mã hóa máy tính trong 20 năm, đã đến sự kiện Startup Weekend đầu tiên để mở rộng tầm hiểu biết. Ông đã thử làm nhiều thứ và nói rằng Startup Weekend giúp ông tìm ra câu trả lời cho các câu hỏi: “Tôi có giá trị nhất ở đâu? Tôi làm hiệu quả nhất việc gì?” Gần đây, ông dành hầu hết thời gian để nói chuyện với các nhà đầu tư và khách hàng, và rất ít thời gian để viết mã. Ông nói rằng các đối tác của mình đã được giải phóng bởi họ thích làm việc vào giai đoạn kết thúc của dự án.

Lưu ý rằng bạn không thể tập hợp tất cả những người bạn muốn vào nhóm của mình. Chúng tôi cố gắng tập hợp số lượng các nhà thiết kế, người viết mã và doanh nhân tương đối bằng nhau nhưng không ép buộc mọi người tham gia các đội cụ thể. Do đó,

một số đội thừa người này nhưng thiếu người kia. Nhưng đó là một thách thức nữa mà bạn phải vượt qua.

NHỮNG GÌ BẠN CẦN – NĂNG KHIẾU VÀ NĂNG LƯỢNG

Startup Weekend sẽ giúp bạn biết được sự khác biệt giữa những gì bạn muốn và những gì bạn cần cho công ty khởi nghiệp của mình. Bạn có thể muốn hàng nghìn đô-la, một cố vấn pháp lý, một nhóm nghiên cứu và một số thực phẩm dành cho người sành ăn; tuy nhiên, bạn sẽ không tìm thấy bất kỳ thứ gì trong số đó ở Startup Weekend. Ngược lại, bạn sẽ tìm thấy những gì bạn cần – những người tài năng, tràn đầy năng lượng, sẵn sàng thích ứng với dự án (và nhiều thức uống năng lượng).

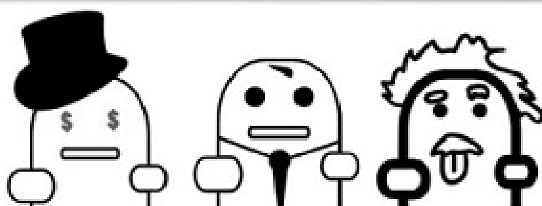
Tìm ra người phù hợp cho nhóm của bạn trong đám đông tại Startup Weekend có thể khá khó khăn. Có rất nhiều người và tên của họ không tự sắp xếp theo bảng chữ cái hoặc theo lĩnh vực hoạt động. Nhưng theo nhiều cách, sự bàn tán sôi nổi diễn ra sau mỗi bài thuyết trình tại Startup Weekend cũng giống như thực tế cuộc sống. Làm thế nào bạn có thể thuyết phục được những người phù hợp tham gia vào nhóm của mình, thậm chí trước khi bạn có kinh phí hoặc khách hàng? Bạn phải tìm cách chinh phục họ – và rất nhiều khán giả đang lắng nghe bài thuyết trình 60 giây của bạn. Bạn cũng phải giải thích trực tiếp cho họ. Đó là sự khác biệt giữa thể hiện bản thân trước bất kỳ người nào trong đám đông để họ chọn bạn, đồng thời chủ động tìm người mà bạn thực sự muốn cùng ăn tối và thuyết phục người đó tham gia cùng bạn. Làm thế nào để bạn nhận được lời nói: “Tuyệt, đón tôi vào lúc 8 giờ nhé” hoặc như tại Startup Weekends thì là: “Gặp tôi ở chỗ bảng trắng trong 20 phút nữa, mang theo bút dạ và máy tính xách tay nhé”?

Xây dựng đội ngũ

Điều gì quan trọng nhất

- ✓ Các kỹ năng bổ sung cho nhau
- ✓ Lợi ích rõ ràng và hòa hợp
- ✓ Năng lượng và nhiệt huyết

Cởi mở về đồng sở hữu và sẵn sàng điều chỉnh
Đội ngũ là TẤT CẢ



Nếu là một doanh nhân đang cố gắng tập hợp một đội ngũ, bạn phải thuyết phục những người tài năng tham gia cùng bạn. Hỏi họ về tầm nhìn và đóng góp đối với dự án. Tìm hiểu thêm về nền tảng của họ và chia sẻ nhiều hơn về bạn. Cung cấp tất cả các thông tin liên quan mà họ cần để đưa ra quyết định.

Bạn đã từng xem quảng cáo mà bạn không biết sản phẩm hay dịch vụ nào đang được bán chưa?

Khi chuẩn bị một bài thuyết trình – về công ty khởi nghiệp, định hướng gây quỹ, hoặc thuyết phục bạn bè đến Las Vegas với bạn – luôn tập trung vào thông tin mà người nghe cần nhất để hiểu bạn.

Có nhiều người rất tâm huyết với ý tưởng của mình, song họ lại không biết cách truyền đạt chúng. Nick Seguin, Giám đốc Kinh doanh Khởi nghiệp tại Quỹ Kauffman, nói rằng dù niềm đam mê là chiếc la bàn định hướng cho một doanh nhân, nhưng nó không phải là tấm phao cưu sinh nếu họ không thể thu hút những người khác vào nhóm của mình. Nếu đang gặp khó khăn trong việc tìm kiếm đồng đội, "hãy tự thoát khỏi tình huống đó và tìm cách (1) truyền đạt tầm nhìn [rõ ràng hơn] hoặc (2) phát triển tầm nhìn để mọi người đồng tình với bạn."

Như chúng tôi đã lưu ý, ý tưởng chỉ là một phần lý do thu hút mọi người đến công ty của bạn. Chủ yếu vẫn là bạn – họ cần biết làm việc cho bạn và với bạn như thế nào. Một số nhà lãnh đạo thành công nhất tại Startup Weekend đã nói với chúng tôi rằng họ không bao giờ từ chối lời đề nghị giúp đỡ và rằng một nhà lãnh đạo thành công có thể tìm được chỗ cho tất cả mọi người trong nhóm. Mặc dù điều này không phải lúc nào cũng đúng trong hiện thực, nhưng ở Startup Weekend, mọi người thường có những kỹ năng hữu ích và sẵn sàng làm việc. Đó là lý do tại sao hầu hết những người tham dự không vội vã từ chối lời đề nghị tham gia nhóm của bất cứ ai khác.

Richard Grote, một cựu binh khởi nghiệp từ Boulder, Colorado, nói rằng Startup Weekend nhắc nhở ông về công việc tại trạm dịch vụ của cha mình. "Nếu bạn cứ loanh quanh mà chẳng làm gì,

ông ấy sẽ cằm ràm bạn. Vì vậy, hãy lấy một cây chổi và dọn dẹp xung quanh nếu không biết làm gì. Tôi nghĩ rằng Startup Weekend là một trong những nơi mà bạn chỉ muốn được bận rộn."

Nicholas Gavronsky đã viết về trải nghiệm khởi nghiệp của mình khi khởi sự một công ty có tên Animotion tại Startup Weekend ở New York vào mùa xuân năm 2011 với ý tưởng để người dùng tạo ra các video trên chiếc iPhone của họ từ một loạt ảnh chụp tĩnh (stop-action[7] photograph). Tất cả các doanh nhân thành công mà ông gặp đều nói rằng đội ngũ là "tuyệt đối quan trọng". Sau sự kiện, ông đã viết trên blog: "Mỗi lần nghe điều này, tôi gật đầu và nói: 'Ồ vâng, tất nhiên điều đó quan trọng' – nhưng không phải lúc nào cũng hiểu những động lực nhóm mà mình cần để thực hiện ý tưởng." Ông không biết các đồng đội của mình trước khi gặp họ, nhưng "từ giây phút chúng tôi ngồi xuống và bắt đầu làm việc, mọi việc diễn ra liền mạch. Đó là điều tôi chưa từng trải nghiệm trước đây, thậm chí trong trường đại học và vô số các dự án nhóm mà tôi phải hoàn thành."

[7] Còn được gọi là stop-motion, kỹ thuật chụp ảnh liên tục và ghép thành video. (BTV)

Trước khi đến Startup Weekend, Gavronsky đã thử và vẫn thất bại trong việc khởi tạo hai công ty khởi nghiệp khác. "Cuối cùng, tôi nhận ra mình thất bại bởi các đội ngũ [tôi đã xây dựng] không đủ mạnh mẽ không phải do thiếu kỹ năng hoặc chuyên môn, mà do thiếu chất kết nối và khả năng để bù đắp những điểm mạnh và yếu của nhau. Khi bạn có thể làm điều này – và nỗ lực không ngừng như chúng tôi – nó tạo ra niềm đam mê và quyết tâm

không ngừng để các bạn có thể thực thi ý tưởng một cách hoàn hảo.”

Cuối cùng, hãy chắc chắn rằng bạn biết rõ về mối quan tâm và kế hoạch của mình khi thuyết phục mọi người tham gia nhóm. Bạn có muốn theo đuổi dự án này về lâu dài không? Đây có phải là thứ bạn đang thử nghiệm? Bạn có mong muốn trở thành Giám đốc Điều hành của công ty này với các thành viên khác trong nhóm làm việc cho bạn, hay bạn hy vọng rằng các bạn sẽ là đối tác? Không có câu trả lời đúng cho những câu hỏi này. Mặc dù chúng tôi nghĩ rằng mô hình CEO không hiệu quả trong “tổ chức” ba người, nhưng tất nhiên, điều quan trọng nhất là cần minh bạch về các hoạt động và kế hoạch của bạn.

Bạn có ý tưởng hay về mẫu người mà bạn đang tìm kiếm không?

Bạn có kế hoạch hay khung thời gian dự kiến không?

Bạn có biết nhiệm vụ nào cần phân bổ kỹ năng nào không?

3

GIÁO DỤC THỰC NGHIỆM

Bước ra khỏi vùng an toàn của bạn trong khi vẫn làm việc cùng nhau trong một tập thể

GIỜ THÌ BẠN ĐÃ SẴN SÀNG bắt tay vào những công việc cần thiết để khởi sự một công ty khởi nghiệp. Hãy coi Startup Weekend như là một loại hình giáo dục – thứ mà các chuyên gia thường gọi là giáo dục thực nghiệm.

Một trong những niềm tin cốt lõi của chúng tôi tại Startup Weekend là các doanh nhân chỉ thực sự hiểu khi họ bắt tay vào thực hiện. Tại mỗi sự kiện, chúng tôi đều yêu cầu những người tham dự làm việc theo nhóm. Chúng tôi khuyến khích họ sử dụng

khả năng sáng tạo để tư duy, đổi mới và giải quyết vấn đề cũng như tận dụng các kỹ năng phân tích để xây dựng giải pháp, khắc phục những trở ngại nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường thực. Dù người đó làm việc trong lĩnh vực công nghệ hay kinh doanh, họ đều phải khai thác tất cả khả năng của bản thân nhằm đưa ra giải pháp cho vấn đề đặt ra.

Đội ngũ Startup Weekend đã mất rất nhiều thời gian để giải thích lý thuyết này và chứng minh rằng các hoạt động giáo dục thực nghiệm có hiệu quả. Đúng vậy, thường thì mọi việc diễn ra khá lộn xộn, và phần lớn các tình huống không nằm trong dự đoán. Nhưng khi bạn buộc mọi người nghĩ sâu hơn về bản thân cũng như các khả năng của họ, họ có thể tạo ra những điều bất ngờ mà trước đây họ cũng không nghĩ nó tồn tại.

Sự so sánh tốt nhất cho quá trình này có lẽ là việc học ngôn ngữ. Sean Kean, cựu tiếp viên hàng không và là người tham dự rất nhiều sự kiện Startup Weekend, nói với chúng tôi rằng ông đã dành sáu năm học tiếng Tây Ban Nha và chưa bao giờ sử dụng nó đủ nhiều. Ông nói mình "không thể làm việc gì chuyên môn bằng tiếng Tây Ban Nha". Nhưng ông đã trải qua một năm rưỡi ở Nhật Bản và bây giờ thông thạo tiếng Nhật. Đến Startup Weekend cũng tương tự như "đi đến nơi đó"; nói cách khác, đó là sự hòa mình vào văn hóa khởi nghiệp.

Michael Marasco đã thiết lập chương trình có tên Nuvention tại Đại học Northwest dựa trên mô hình học hỏi-qua-trải nghiệm. Ông giải thích việc để sinh viên khởi nghiệp ngay tại lớp học, thay vì chỉ nghiên cứu các tình huống của những doanh nghiệp khác là do: "Chúng tôi muốn giúp sinh viên hiểu rõ quá trình ngay từ việc tìm ra một ý tưởng hay một vấn đề là điều cốt lõi trong kinh

doanh – từ đó họ có thể xây dựng một doanh nghiệp xoay quanh ý tưởng/vấn đề đó, cho tới trình bày ý tưởng cho các nhà đầu tư tiềm năng như thế nào.” Marasco giải thích: “Các nghiên cứu tình huống không làm được việc đó.”

Giáo dục thực nghiệm có giá trị vô cùng to lớn đối với các doanh nhân giai đoạn đầu. Tuy nhiên, nó cũng có thể là lối sống cho bất kỳ ai trong bất kỳ tổ chức nào. Nó có thể đòi hỏi nhiều nỗ lực hơn một chút, nhưng hầu hết những người chúng tôi gặp đều nhận thấy rằng việc học hỏi-qua-trải nghiệm thực tế cũng thú vị hơn. Mặc dù luôn có thất bại, nhưng những thành công đem lại cảm giác thực hơn và thú vị hơn. Và đó có lẽ là bởi họ được là chính mình.

Ngoài việc thuyết giảng về sức mạnh của giáo dục thực nghiệm tại các sự kiện, Startup Weekend cũng mang lý thuyết đó áp dụng vào nhân viên của mình, tạo ra những công việc tuy khó khăn nhưng vô cùng thú vị. Một nhân viên của Startup Weekend kể lại cuộc phỏng vấn của cô với chúng tôi: “Lúc bắt đầu, mối liên hệ giữa chúng tôi khá đơn giản. Họ biết tôi từng là một chuyên viên marketing và tôi biết họ cần ai đó làm marketing.” Nhưng khi bắt đầu công việc, cô đã phải làm quen với mọi lĩnh vực của công ty. Cô nói: “Lúc đó, tôi tin vào tầm nhìn và đội ngũ của họ, còn họ tin tưởng tôi. Tất cả những thứ khác mà công việc này đem đến kể từ buổi phỏng vấn đó đều là kết quả trực tiếp của giáo dục thực nghiệm.”

Chúng tôi cố gắng trao quyền cho bất cứ ai đến làm việc cho Startup Weekend bằng cách yêu cầu họ tự tạo ra bản mô tả công việc cho chính mình. Chúng tôi thúc đẩy họ bước ra khỏi vùng an toàn của bản thân bằng cách thử nghiệm các cách tiếp cận khác,

các nhiệm vụ khác, và những đích đến khác. Đó cũng chính là những gì mà chúng tôi khuyến khích các doanh nhân tham gia sự kiện của chúng tôi. Bạn không phải tham gia vào một công ty khởi nghiệp hay mở một công ty để thấy được sức mạnh của giáo dục thực nghiệm. Một người tham gia sự kiện của chúng tôi tuyên bố: "Không phải tất cả mọi người đều muốn trở thành một doanh nhân; tuy nhiên hầu hết mọi người đều muốn phát triển bản thân... và không có cách làm nào tốt hơn là giáo dục thực nghiệm."

Nếu bạn là sinh viên thay vì là một chuyên gia, việc này có thể đáng sợ, nhưng khi vượt qua nó, chắc chắn bạn sẽ có sự tự tin cùng với một kỹ năng mới.

Bạn có thể nghĩ về một thời điểm khi bạn có được một kỹ năng mới thông qua việc học hỏi-qua-trải nghiệm?

TẦM QUAN TRỌNG CỦA BỐI CẢNH, HẠN CHÓT VÀ PHẢN HỒI TỨC THÌ

Có một số thành phần rất quan trọng làm nên sự thành công của giáo dục thực nghiệm. Thành phần thứ nhất mà những người trong ngành quảng cáo đã đúc kết qua nhiều năm đó là bối cảnh. Nếu muốn mọi người hiểu rằng họ nên mua cupcake của bạn, thì bạn nên đặt một biển hiệu bên ngoài cửa hàng bánh, trưng ảnh một ai đó đang thưởng thức nó. Không phải mọi người không biết phải làm gì với một chiếc cupcake hoặc không biết mua bánh ở

đâu; đơn giản chỉ là nhìn thấy các quảng cáo theo bối cảnh giúp não bộ của chúng ta xử lý thông điệp hiệu quả hơn.

Tương tự, chúng ta có thể nói đi nói lại về những điều cần thiết để khởi sự một doanh nghiệp thành công ngay từ đầu. Tuy nhiên, nếu không tự mình trải nghiệm, thì kiến thức mà họ có được chỉ là lý thuyết suông. Một số trường đại học dần nhận ra điều này, và đang bổ sung loại hình giáo dục này vào chương trình đào tạo của họ. Một khi bạn nhận ra mình không cần phải có bằng cấp trước khi bắt đầu một doanh nghiệp, thì chẳng có lý do để không khởi nghiệp khi bạn còn đang đi học!

Thành phần quan trọng thứ hai của giáo dục thực nghiệm là hạn chót. Cần phải có một lý do để hối thúc bạn hoàn thành nhiệm vụ ngay trước mắt. Beth Altringer, giảng viên tại Harvard, giải thích về việc các nhóm sinh viên của cô không thực sự kết hợp với nhau để tạo nên một kế hoạch hoàn chỉnh xoay quanh ý tưởng của họ cho đến trước ngày thuyết trình giữa kỳ như thế nào. “Hạn chót rất hữu ích cho một nhóm có ý tưởng tốt, bởi nó buộc họ suy nghĩ sâu sắc hơn. Nó buộc họ phải động não.” Hạn chót của chúng tôi tại Startup Weekend có thể chặt chẽ hơn, nhưng chúng tôi muốn thúc đẩy họ nhanh chóng vượt qua các giai đoạn khác nhau để đảm bảo rằng họ học hỏi qua từng trải nghiệm.

Quan điểm của bạn đối với hạn chót như thế nào?

Giống như bất cứ điều gì khác, bạn càng quen thuộc với nó thì càng ít gặp khó khăn hơn. Chia các dự án lớn thành các phần nhỏ và đặt hạn chót cho chúng. Chúng tôi nhận thấy việc nhìn thấy số

việc đã hoàn thành trong danh sách việc cần làm thường tạo động lực lớn cho người thực hiện.

Các hạn chót mà Startup Weekend đưa ra đối với những người tham gia buộc họ phải thu hẹp khối lượng công việc và tập trung vào những gì quan trọng nhất. Một người tham dự phản hồi: "Các công ty khởi nghiệp chỉ phát triển mạnh khi gặp những khó khăn. Bằng cách tự khóa mình vào cuộc chạy nước rút cuối tuần này, chúng tôi buộc phải đưa ra các quyết định khó khăn và tinh chỉnh vấn đề, giải pháp và thị trường xuống mức cốt lõi."

Eric Koester – một người tham dự kỳ cựu của Startup Weekend và hiện là người đồng sáng lập Zaarly (một thị trường nơi mọi người có thể mua và bán các sản phẩm hoặc dịch vụ tại chỗ), nói rằng: "Điều quan trọng là phải hiểu 54 giờ ngắn ngủi như thế nào. Về cơ bản, bạn cần có kế hoạch cho từng phút một về những gì sẽ xảy ra và những gì sẽ mất để có được thứ gì đó mà bạn có thể trình bày vào tối Chủ nhật." Ông ấy cũng khuyên bạn nên hình dung ra bài thuyết trình và "giải bài toán ngược". Nếu thấy quá sức, bạn phải giảm quy mô. "Cắt bỏ mọi thông tin rườm rà để tạo ra thứ gì đó để rõ ràng cho khán giả."

Nicholas Gavronsky, thành viên của nhóm tại Startup Weekend ở thành phố New York đã tạo ra Animotion (hiện là một ứng dụng iPhone) cho biết sự đơn giản là chìa khóa thành công của họ: "Chúng tôi đã đưa ra hàng trăm ý tưởng và các tính năng bổ sung. Nhiều người cho rằng càng thêm nhiều tính năng thì sản phẩm cuối càng hoàn chỉnh." Tuy nhiên, Gavronsky và nhóm của ông không đồng ý với điều đó. "Việc có quá nhiều tính năng khiến người dùng bị choáng ngợp và mất tập trung. Nói tóm lại, bạn cần

phải tập trung vào cốt lõi của ý tưởng, lặp lại và đưa ra phiên bản đơn giản nhất.” Tất nhiên, bạn có thể xây dựng nó sau này.

Khía cạnh cuối cùng của phương pháp giáo dục thực nghiệm mà chúng tôi thấy quan trọng không kém là phản hồi tức thì. Một lớp học truyền thống thường đòi hỏi bạn phải nộp bài tập thường xuyên để nhận được phản hồi từ giáo sư. Nếu sử dụng một số nguyên tắc mà chúng tôi thảo luận trong chương tiếp theo, bạn sẽ thấy mình có thể nhận được phản hồi ngay lập tức từ nhiều người khác nhau (ví dụ như khách hàng tiềm năng) về những gì bạn đã xây dựng hoặc đang lên kế hoạch. Sắp xếp các thông tin đó (một số còn mâu thuẫn với nhau) khá khó khăn. Tuy nhiên, không gì có thể thay thế được việc học hỏi trực tiếp và áp dụng các kiến thức đó vào dự án của bạn.

Nick Seguin, người nói rằng tham dự Startup Weekend là một phương thuốc với anh, đã rất ngạc nhiên trước những gì mọi người đã tự học dưới áp lực. “Kinh nghiệm rất cần thiết; khi tôi không thể thuê người khác làm cho mình, tôi tìm cách giải quyết vấn đề qua Google.” Bởi vì chờ đợi là một sự lãng phí!

BRAINDUMP

Trở lại với trải nghiệm thực tại Startup Weekend, điều đầu tiên chúng tôi yêu cầu người tham dự là thực hiện một braindump[8]. Thứ Sáu là một đêm dài ở Startup Weekend. Các đội thường không thể tập hợp trước 10 giờ tối; tuy nhiên, lúc đó mọi người rất phấn khởi và muốn bắt tay vào công việc ngay lập tức. Sự khởi đầu của bất kỳ công ty khởi nghiệp nào đều cần đến việc đưa ra toàn bộ ý tưởng. Đó là công việc của người lãnh đạo để đảm bảo ai cũng có quyền nêu lên ý kiến của mình. Điều quan trọng là phải

đặt vấn đề ngay từ đầu để mọi người có cơ hội đưa ra ý kiến. Đến cuối đêm thứ Sáu, chúng tôi thấy những chiếc bảng trắng trong phòng họp chi chít danh sách và sơ đồ. Nhìn vào đây là cách tốt nhất để hiểu rõ những ý tưởng được phát triển như thế nào.

[8] Được hiểu là sự chuyển tải những kiến thức trong não sang một phương tiện lưu trữ khác để giải thoát khỏi tình trạng quá tải và tê liệt trí não. (BTV)



Đôi khi hoạt động braindump này có thể dẫn đến việc thay đổi hoàn toàn kế hoạch. Ví dụ: Chúng tôi đã chứng kiến một nhóm bắt đầu với ý tưởng xây dựng ứng dụng di động cho quán bar. Khi bạn đi vòng quanh một khu phố, nó sẽ cho bạn biết những quán bar ở gần đó và họ đang bán loại đồ uống nào. Chủ quán có thể gửi

phiếu giảm giá ngay lập tức cho người dùng ứng dụng để thu hút họ đến quán của mình.

Tuy nhiên, sau cuộc tranh luận tối thứ Sáu, nhóm đã nhận ra rằng có người đã tạo ra ứng dụng này và ra mắt nó hai tuần trước và họ đã làm rất tốt. Cả nhóm đã cố tìm cách để cải thiện những gì có sẵn, nhưng cuối cùng quyết định đi theo một hướng hoàn toàn khác. Họ nhìn vào ba ý tưởng khả thi khác mà các thành viên trong nhóm đề xuất. Một cái quá khó về mặt kỹ thuật để có thể hoàn thành nhanh chóng, và một cái khác có vẻ khó bán.

Cuối cùng, họ đã chọn Quotify. Đây là một trang web cho phép người dùng đăng các nhận xét vui nhộn từ bạn bè, chụp ảnh họ và sau một khoảng thời gian ngẫu nhiên (bốn ngày, bốn tuần…) – trang web sẽ gửi lại người dùng những nhận xét thú vị của bạn bè.

Các thành viên trong nhóm nhận thấy họ có thể thiết kế một website như vậy chỉ trong thời gian cuối tuần, và có thị trường tiềm năng cho nó. Họ giải thích rằng điều mang lại sự khác biệt cho họ chính là sự xa cách, thiếu gần gũi trong xã hội hiện đại. Thông thường, khi bạn bè của bạn nói những điều hài hước, bạn có thể tweet chúng hoặc đăng lên Facebook. Tuy nhiên, những câu nói này thường bị chôn vùi dưới hàng loạt các cập nhật khác. Rồi bỗng dưng một ngày, bạn nhận được những khoảnh khắc vui nhộn này chẳng phải rất thú vị hay sao? Quotify sẽ giúp nối dài những câu chuyện cười giữa những người bạn.

Ý tưởng này đã không giành được chiến thắng vào cuối tuần đó, nhưng cả nhóm đã phối hợp rất ăn ý với nhau. Bởi chỉ có sáu thành viên, họ đã bị đẩy vào một không gian nhỏ hơn bình

thường – một phòng họp chật hẹp, không có cửa sổ trong suốt một giờ. Mỗi lần thiếu không khí, họ mở cửa và sau đó lại đóng lại mỗi khi muốn luyện tập bài thuyết trình hoặc thảo luận về chiến lược. Trưởng nhóm là người rất tốt, khi nhóm cảm thấy áp lực vào ngày Chủ nhật để sắp xếp mọi thứ một cách ổn thỏa, sự hài hước của cậu ấy đã giải tỏa căng thẳng cho mọi người. Khi chuẩn bị bài thuyết trình, họ muốn sử dụng bản ghi âm có hiệu ứng âm thanh. Hai thành viên của nhóm không rõ cách sử dụng chương trình Garage Band, nhưng họ đã làm việc cùng nhau vì không ai thực sự biết phải làm thế nào. Sẽ thật may mắn nếu chúng tôi lại được chứng kiến nhóm này làm việc cùng nhau – bất kể ý tưởng tiếp theo của họ là gì.

Một phụ nữ trong nhóm, có kinh nghiệm về phát triển kinh doanh, cho biết cô đã tham gia vào một sự kiện Startup Weekend trước đó, nhưng nhóm của cô ấy là thảm họa vào cuối tuần đó. Nhóm trưởng đã nhận được một cuộc gọi từ một nhà đầu tư tại AOL vào dịp cuối tuần này và bắt đầu nói xấu các thành viên khác. Không có chuyện gì xảy ra; không cần phải nói, các nhà đầu tư không muốn nghe về các tranh chấp nội bộ. Và các thành viên khác rất tức giận vì nhóm trưởng đã nói xấu sau lưng họ. May mắn là những câu chuyện này rất hiếm gặp ở Startup Weekend, và chúng tôi làm mọi thứ có thể để đảm bảo rằng mọi người hiểu đây là môi trường được xây dựng bởi sự tin tưởng. Đúng là một số nhóm có kết nối tốt hơn so với các nhóm khác; cũng giống như hẹn hò vậy. Tuy nhiên, nếu bạn tập trung vào nhiệm vụ đang diễn ra thay vì tiếp tục “ăn mảnh”, khả năng thành công sẽ cao hơn.

Môi trường tại Startup Weekend – dù thực tế đây là một cuộc cạnh tranh – sẽ giúp kết nối các nhóm nhanh hơn. Baton Rouge,

người đã từng tham dự Startup Weekend nói với chúng tôi: “Từ ‘căng thẳng’ cũng không lột tả hết được sức nóng 54 giờ đó. Các chương trình truyền hình thực tế có thể được quay từ những sự kiện này, vì các đối thủ đều rất áp lực và tập trung. Một số người có thể nói với bạn rằng họ chỉ ở đó để học hỏi, nhưng đừng bị lừa; chúng ta là doanh nhân! Cạnh tranh cùng với khát vọng được công nhận nằm trong bản năng của chúng ta.”

BẠN CÓ MỘT Ý TƯỞNG KHẢ THI – VẬY THÌ SAO?

Khi bạn có một ý tưởng khả thi, thì giờ là lúc để nhanh chóng tinh chỉnh và lập thứ tự ưu tiên. Khía cạnh quan trọng nhất của sản phẩm này là gì? Có ít nhất hai trường phái tư duy tại Startup Weekend về câu hỏi này. Một số người nói rằng điều quan trọng nhất là tạo ra thứ gì đó vào dịp cuối tuần này. Thật vậy, nhiều người tham gia Startup Weekend là những người kiến tạo theo tự nhiên cũng như về khía cạnh chuyên môn. Họ đến vì họ thấy vui khi tạo dựng cái gì đó nhanh chóng. Họ muốn kiểm tra các giới hạn của bản thân. Họ thấy trừ khi họ có thể cho khách hàng một cái gì đó để thử nghiệm, họ sẽ không biết phát triển doanh nghiệp của mình như thế nào. Một trong số những người tin tưởng trường phái này đã xây dựng chức năng gọi điện hội nghị được mô tả trong Chương 2. Bạn chỉ cần lập lịch một cuộc gọi trên lịch Google, và tất cả các số điện thoại trong danh sách sẽ được gọi và kết nối tại thời gian đã được chỉ định. Anh đã mô phỏng chi tiết cơ chế hoạt động của nó ngay trong đêm Chủ nhật.

Một trường phái tư tưởng khác là bạn chỉ cần có được một ý tưởng đã được phát triển tương đối cụ thể trong dịp cuối tuần này. Chỉ cần đăng ý tưởng về một sản phẩm hoặc dịch vụ mới lên một trang web và hỏi xem mọi người có hứng thú với nó không.

Hãy để mọi người đăng ký và nói với họ rằng bạn sẽ cho họ biết khi nào sản phẩm/dịch vụ sẵn sàng bán ra. Sau đó, bạn sẽ có một số đầu mối về những gì mọi người muốn và thậm chí bạn sẽ không lãng phí năng lượng, thời gian hay tiền bạc để xây dựng bản thử nghiệm cho nó. Đây là điều mà các nhà lý luận kinh doanh gọi là chứng minh khái niệm.

Chúng tôi khuyến khích mọi người tiến xa thêm một bước tại Startup Weekend và xây dựng sản phẩm khả thi tối thiểu của họ. Thay vì chỉ có một trang web cho mọi người thấy sản phẩm này sẽ như thế nào khi nó được xây dựng, hãy tiếp tục và xây dựng một phiên bản rút gọn của nó. Là một trong những người tiên phong của lý thuyết này, Eric Ries, giải thích trong một cuộc phỏng vấn với Venture Hacks: "Ý tưởng về sản phẩm khả thi tối thiểu rất hữu ích vì bạn có thể nói một cách đơn giản: Tầm nhìn của chúng tôi là xây dựng một sản phẩm giải quyết vấn đề cốt lõi này cho khách hàng... chúng tôi nghĩ rằng... những người chấp nhận phiên bản đầu tiên của loại giải pháp này sẽ là những người bao dung nhất. Và họ sẽ bổ sung ý tưởng về những đặc tính mới nếu chúng ta cung cấp cho họ những đặc tính cốt lõi, dù xấu hay tốt đều nhằm mục đích hoàn thiện sản phẩm."

Dan Rockwell, người đã thành lập một vài công ty khởi nghiệp và tham gia vào chương trình Startup Weekend ở Columbus, Ohio, đưa ra cách suy nghĩ ngắn gọn về các sản phẩm khả thi tối thiểu: Chúng nên là những sản phẩm có giá trị tối thiểu, đạt được những mong muốn tối thiểu, dùng số tiền tối thiểu, với sự ngớ ngẩn tối thiểu mà khách hàng phải chịu đựng – và một động lực tối đa để phát triển.

Công ty Big Kitty Labs của Tập đoàn Rockwell, sản xuất một thứ được gọi là Protobake, đó là "các ví dụ mã chức năng" cho thứ bạn muốn thực hiện ở mức sản phẩm khả thi tối thiểu. Ông coi nhữngprotobake này như là một phương tiện để điều hướng cho cuộc trò chuyện giữa bạn và cả nhóm, khách hàng hay nhà đầu tư. Nếu coi sự phát triển của sản phẩm như là một cuộc trò chuyện thì ta phải hiểu là nó phát triển nhanh và lặng lẽ. Bởi lẽ trong khi chúng ta nói qua nói lại thì sản phẩm mẫu đã thay đổi hoàn toàn. Điều này được gọi là sự tinh chỉnh.

Chúng tôi sẽ nói chi tiết hơn về cách nhận phản hồi từ những người chấp nhận sớm và một số phương pháp khác bạn sẽ thấy tại Startup Weekend trong chương tiếp theo. Đến bây giờ, chúng tôi tự tin để nói rằng các nhóm tại Startup Weekend cần phải biết họ có thể hoàn thành những gì với thời gian, tài nguyên và tài năng mà họ có.

HỌC HỎI-QUA-TRẢI NGHIỆM

Cho dù những người tham dự Startup Weekend có phát triển ý tưởng của họ một cách đầy đủ tới mức tạo ra những phiên bản mẫu hoạt động được tại cuối sự kiện hay không, họ luôn học hỏi bằng cách bắt tay vào làm. Startup Weekend áp dụng hình thức giáo dục thực nghiệm một cách chân thực nhất. Trên thực tế, một sinh viên đã tốt nghiệp ở trường California Polytech nói với chúng tôi rằng đây là điều anh ấy đánh giá cao nhất. Là một người đến từ môi trường học hỏi-qua-trải nghiệm, anh ấy đặc biệt thích Startup Weekend vì nó không chỉ giúp mọi người khám phá ra tiềm năng kinh doanh của bản thân mà còn "cho phép họ thử theo cách mà họ có thể thấy giấc mơ của mình hoàn toàn nằm trong tầm tay". Mặc dù anh ấy đã tham dự rất nhiều hội thảo ở

trường nơi mà các doanh nhân đến để chia sẻ kinh nghiệm của họ, anh cho rằng việc thử bắt đầu một doanh nghiệp “ngay lúc này, ngay tại đây” là điều gì đó hoàn toàn khác.

Cơ hội cho việc giáo dục thực nghiệm có thể được tìm thấy trong mọi lĩnh vực của cuộc sống. Từ lớp học nấu ăn đến những bài học bay, học tập có nghĩa là xắn tay áo lên và bắt tay vào làm!

Bo Fishback, đồng sáng lập Zaarly, với vai trò là Phó Tổng Giám đốc của Tập đoàn Kauffman, cho biết ông đã thấy vô vàn các ý tưởng để khuyến khích việc thành lập các công ty khởi nghiệp. Bất kỳ chương trình nào có mục đích hỗ trợ tinh thần khởi nghiệp đều tìm đến Kauffman để tìm kiếm hỗ trợ tài chính. Ông nói rằng chính yếu tố giáo dục thực nghiệm đã khiến Startup Weekend nổi bật hơn các dự án khác, thậm chí ông còn gọi Startup Weekend là “lực lượng vì nghĩa cử cao đẹp hùng mạnh nhất trên Trái đất”.

Fishback, người gần đây đã rời Kauffman để bắt tay vào hỗ trợ các công ty khởi nghiệp tham dự Startup Weekend, giải thích lý do tại sao mô hình của chúng tôi lại khác biệt. Mặc dù có bằng MBA của Harvard, Fishback tin rằng trong hai năm học tại Harvard, ông chỉ mới học được 1/3 những gì được đào tạo trong một cuối tuần tại Startup Weekend. Ông gọi giáo dục thực nghiệm là “thành phần ma thuật”.

Trước đây, để có được trải nghiệm đó, bạn phải chịu một rủi ro lớn, đánh cược nhiều thứ và đi làm cho một công ty khởi nghiệp. Bạn đã phải từ bỏ công việc ổn định để xây dựng một công ty, làm việc trong tầng hầm vào ban đêm và khiến vợ/chồng của bạn tức điên. Giờ thì đã có một nơi hội tụ đủ các nguồn lực để thay đổi thực tế đó.

Startup Weekend không một mình làm nên tất cả. Các yếu tố như công nghệ hiện hành, Internet, các công cụ phát triển và mạng xã hội đã góp phần tạo ra môi trường hiện tại. Những gì Startup Weekend làm là tạo ra một môi trường thực tế kết hợp tất cả những yếu tố trên lại với nhau.

Tuy nhiên Michael Marasco (tốt nghiệp tại Northwestern) cho hay, đã có một sự thay đổi về quan điểm của giới trẻ hiện nay. "Đây là những sinh viên sống trong những gia đình mà bố mẹ không có việc làm cả đời. Họ đã rơi vào tình trạng giảm biên chế hoặc bị cho nghỉ bởi các lý do nằm ngoài tầm kiểm soát – và trong nhiều trường hợp, nó có thể ảnh hưởng đáng kể [về tài chính và xã hội] đến gia đình họ." Marasco tin rằng tình huống này đã khuyến khích sinh viên "kiểm soát cuộc sống của họ" bằng cách khám phá tinh thần doanh nhân.

Một người tham gia Startup Weekend ở Baton Rouge, Louisiana, kể lại câu chuyện về sự phát hiện muộn màng khả năng kinh doanh của ông: "Tôi đã dành cả cuộc đời làm việc trong các bộ máy quan liêu, không biết làm thế nào để thoát ra. Tuy nhiên, tinh thần doanh nhân vẫn luôn trong tôi, nói với tôi có điều gì đó đáng khao khát hơn; rằng có những người cố gắng đạt được thành quả nhiều hơn... những người được khuyến khích bởi thành công và khôn ngoan hơn nhờ thất bại của họ."

GIẢM THIỂU RỦI RO

Fishback thừa nhận rằng có rất nhiều hỗn loạn xảy ra trong 54 giờ tại Startup Weekend. Nhưng vào lúc nào đó, "bạn có thể ghép lại những gì thật cần thiết để xây dựng một công ty theo cách thông minh." Xã hội thường coi những người sáng lập khởi nghiệp này như Kẻ hoang dã miền tây (Great Wild West), những kẻ ưa mạo hiểm, đeo súng, dám dấn thân ra ngoài, bóp cò đúng thời điểm, và phất lên nhanh chóng. Có một loạt câu chuyện được xây dựng xoay quanh các doanh nhân huyền thoại – họ mạo hiểm mọi thứ cho một ý tưởng tuyệt vời như thế nào.

Tuy nhiên, Fishback nghĩ rằng những câu chuyện đó "thực ra chỉ là vớ vẩn". Trong số hàng nghìn doanh nhân mà ông đã làm việc, hầu hết "những người thành công, và không chỉ may mắn – thực ra là những người biết giảm thiểu rủi ro giỏi nhất". Startup Weekend đã cố gắng trở thành một công cụ hạn chế rủi ro. Nó cung cấp cho các doanh nhân một số tầm nhìn, tiếp xúc với các trường phái kinh doanh, các kiểu người – tất cả các yếu tố cơ bản cho phép mọi người "thử trước khi mua".

Các doanh nhân thành công thường quan sát đám mây mơ hồ lớn này – sau đó, bằng cách tiến từng bước nhỏ và nhìn ngó xung quanh để xem liệu họ có thể loại bỏ được một số sự mơ hồ hay không, họ mới thực hiện bước tiếp theo. Đây là quá trình vừa làm vừa học, tính đến phản hồi từ khách hàng, thị trường, môi trường và lên kế hoạch cho các bước tiếp theo.

Đó là lý do tại sao các buổi thuyết trình vào tối Chủ nhật lại có thể khác – đôi khi hoàn toàn khác – những bài thuyết trình tối thứ Sáu. Một số ý tưởng thay đổi rất nhiều vì những người tham gia

phải trải qua quá trình khám phá những gì khách hàng muốn, và đâu mới là nhu cầu thực sự. Đây thực sự là một phần của việc giảm thiểu rủi ro. Nhưng điều tuyệt vời về Startup Weekend là bạn có thể hoàn thành quá trình này trong 54 giờ thay vì 5 năm.

Không gian blog và cách tính điểm của các trang mạng xã hội đã làm thay đổi gần như hoàn toàn cách chúng ta truyền tải thông tin. Ngày nay, bạn có khả năng kiểm tra ý tưởng, tiếp cận cộng đồng nhỏ lẻ và nói chuyện với từng khách hàng. Một trong những lý do khiến bong bóng Internet cuối cùng vỡ tan là mọi người đã không thu thập và tận dụng đầy đủ các thông tin phản hồi đó. Đúng là đã có một vài thành công lớn. Nhưng ngày nay, đã có nhiều công ty thông minh hơn được xây dựng. Bạn hoàn toàn có thể nghĩ: "Ồ, tôi muốn thử một ý tưởng. Hãy kiểm tra xem thị trường có thích nó không." Bạn không phải đợi nhiều năm hoặc nhiều tháng mà chỉ cần vài ngày hoặc thậm chí vài giờ để biết kế hoạch của mình có hiệu quả hay không. Chúng tôi dự đoán rằng cách thu thập thông tin này sẽ dẫn đến sự bùng nổ của những doanh nghiệp thực sự.

Một cựu doanh nhân khởi nghiệp đã nói với chúng tôi rằng ông đặc biệt đánh giá cao những phản hồi dữ dội mà ông nhận được từ những người tham gia Startup Weekend khác: "Đó là loại phản hồi giúp bạn kiểm tra lại mọi thứ bạn đang làm, bạn bắt đầu lại và làm lại tất cả mọi thứ bạn đã thực hiện, cứ như thế, làm đi làm lại."

Việc tiếp nhận những chỉ trích dành cho bạn và ý tưởng của bạn có thể vô cùng khó khăn. Bạn có một danh sách những người

mình tin tưởng và có thể đưa ra đánh giá một cách khách quan, thẳng thắn không? Bạn có thể tìm đến ai nếu cần những lời chỉ trích mang tính xây dựng?

Một nhóm xây dựng ứng dụng Internet-TV đã quyết định không đưa ra bản demo trực tiếp về tính năng trò chuyện video khi họ giới thiệu sản phẩm vào tối Chủ nhật. Họ lập luận rằng mọi người đều biết công nghệ này có sẵn. Vì vậy, họ đã quyết định tập trung vào việc làm sao để ứng dụng này chạy được (ứng dụng này hiển thị bạn bè bạn đang xem gì), và sau đó chỉ cho mọi người thấy chức năng video trò chuyện sẽ bật lên ở đâu trên màn hình thông qua một slide.

PHÂN CHIA CÔNG VIỆC

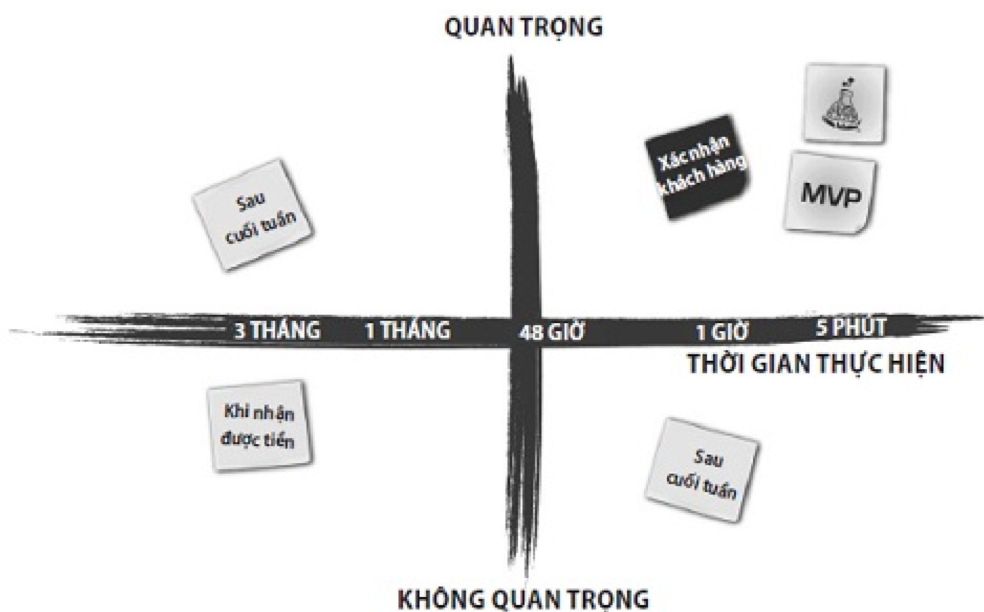
Một khi cả nhóm đã xác định có thể làm được gì trong hai ngày cuối tuần, bạn cần phải phân chia công việc giữa các thành viên. Trong một số trường hợp, việc ai làm gì sẽ khá rõ ràng. Lập trình viên sẽ lập trình. Những người chuyên phát triển kinh doanh sẽ nghiên cứu xem còn gì khác mà người sử dụng quan tâm và tập hợp những phản hồi từ phía họ. Nhân viên thiết kế có thể được kéo vào các dự án khác nhau. Tuy nhiên, chúng tôi khuyên bạn nên đưa ra một danh sách các công việc và để nó ở nơi mọi người đều có thể nhìn thấy.

Một số nhóm sử dụng khái niệm bảng scrum[9] (scrum board) để cho thấy những gì đã được thực hiện, những gì đang được thực hiện và những gì cần phải được thực hiện. Một lợi thế của cách tiếp cận này là tất cả mọi người trong nhóm đều biết mọi thứ đã

tiến triển đến đâu. Điều đó có nghĩa là nếu bạn muốn bắt đầu thực hiện công việc nhưng cảm thấy không thể bắt đầu cho đến khi ai đó hoàn thành nhiệm vụ của mình, bạn biết mình nên nói chuyện với ai. Bạn giữ luồng công việc chuyển động và không cho phép nó bị thắt nút cổ chai tại bất kỳ điểm nào.

[9] Thuật ngữ trong phát triển phần mềm, chỉ bộ khung làm việc để trở nên “linh hoạt” trong phát triển phần mềm. (BTV)

Một bảng scrum cơ bản thể hiện tình trạng các công việc trong nhóm cùng lúc.



Một ý tưởng khác chúng tôi đề xuất là ma trận khẩn cấp và quan trọng: một sơ đồ bốn ô vuông với một trục là quan trọng và một trục là khẩn cấp. Nhìn vào vị trí các công việc trên ma trận mà ta dễ dàng biết ngay việc gì cần phải làm ngay lập tức.

Đây là thứ tự mà bạn nên hoàn thành nhiệm vụ:

1. Khẩn cấp và quan trọng

2. Quan trọng nhưng không khẩn cấp

3. Khẩn cấp nhưng không quan trọng

4. Không khẩn cấp và không quan trọng

Một khi cả nhóm đã xác định được thứ tự ưu tiên, tất cả mọi người nên hiểu rõ mình cần phải làm gì. Tạo điều kiện cho mỗi người không gian riêng để thực hiện phần việc của mình có nghĩa là tất cả mọi người làm chủ nhiệm vụ tương ứng của họ, và họ sẽ có động lực để hoàn thành chúng.

Chúng tôi cũng khuyên mọi người chỉ nên làm một việc tại một thời điểm. Càng bị phân tâm bởi nhiều ưu tiên khác thì mọi người sẽ càng làm việc kém hiệu quả. Mỗi người nên có một dự án rời rạc mà họ cần phải giải quyết, và chúng cùng hướng tới các ưu tiên chung của nhóm.

Trưởng nhóm không có thời gian để quản lý từng người; và dù gì thì việc đó cũng vô cùng lãng phí thời gian. Nếu bạn đã tập hợp một nhóm người có năng lực, hãy làm việc và sắp xếp công việc theo cách mà mọi người không phải xin phép để làm bước tiếp theo.

Mọi người luôn nghĩ về hạn chót tại Startup Weekend, và Chủ nhật lúc 5 giờ chiều luôn là thời điểm đáng sợ. Phải công nhận là chúng tôi đã cố gắng đóng gói rất nhiều công việc trong hai ngày rưỡi. Tuy nhiên, điều này giúp khẳng định quan điểm mà chúng tôi luôn tin tưởng: Mọi doanh nhân nên luôn nghĩ về hạn chót. Bạn cần thường xuyên đặt ra những mục tiêu ngắn hạn – mà bạn có thể hoàn thành trong vài tuần. Bạn càng đặt hạn chót xa thì bạn càng thiếu trách nhiệm. Vì vậy, hãy dựa trên khoảng thời gian mà bạn có nhưng cũng nên thử thách bản thân một chút. Chúng ta đang sống trong một môi trường kinh doanh nhanh nhạy. Chỉ ngồi ì với một ý tưởng trong nhiều tháng hoặc một năm và phân chia những khối thời gian lớn để làm việc thì chúng tôi dám chắc đối thủ cạnh tranh sẽ vượt qua bạn.

Khi làm việc cùng nhau, chúng tôi khuyên bạn nên hỏi thăm các thành viên trong nhóm hằng ngày hoặc vài ngày một lần. Tuy nhiên, tại Startup Weekend, cứ cách 2 giờ, mọi người nên kiểm tra nhau một lần. Bạn không muốn các thành viên trong nhóm lãng phí thời gian đi sai đường hoặc gặp phải khó khăn mà người khác có thể giúp họ giải quyết.

Tất nhiên, luôn tiềm ẩn sự bất đồng quan điểm về các vấn đề mà đòi hỏi sự đóng góp của cả nhóm. Nếu từng làm nhiệm vụ của một bồi thẩm đoàn, bạn sẽ biết phải mất bao lâu để ủy ban ra quyết định. Khi bạn tập hợp một nhóm người thông minh, có thông tin và thân thiện, bạn có thể ngồi xung quanh cả ngày thảo luận về chiến lược cần nắm bắt. Trên thực tế, chúng tôi đã thấy nhiều nhóm trải qua đêm thứ Sáu và cả ngày thứ Bảy nói về những gì sẽ hiệu quả, những gì không. Lời khuyên của chúng tôi: Đừng bị hút vào cuộc tranh luận dông dài. Hãy hẹn giờ cho cuộc thảo luận; nói về một quyết định quan trọng trong 20 phút. Nếu việc đó không quan trọng, cho phép 10 phút thảo luận, sau đó, một cuộc bỏ phiếu kiểu La Mã: Mỗi người chọn ủng hộ (thumbs-up) hoặc không ủng hộ (thumbs-down). Sau đó, đừng nhìn lại. May mắn thay, việc bước tiếp trong khởi nghiệp không phải lúc nào cũng đòi hỏi sự nhất trí theo cách của bồi thẩm đoàn. Vì vậy, hãy theo đa số và bước tiếp.

NHẬN BIẾT THẤT BẠI

Tại sao việc xử lý nhanh lại quan trọng với các doanh nhân? Startup Weekend áp đặt những ràng buộc thời gian nghiêm ngặt vì trong thế giới thực cũng có những hạn chế về thời gian. Chúng ta đều có công việc, gia đình, hoặc cả hai. Vì thế, ta không thể mất một khoảng thời gian vô hạn cho một ý tưởng. Bạn không muốn

ý tưởng tuyệt vời của mình bị lỗi thời hoặc được thực hiện bởi người khác – ngay tại thời điểm bạn quyết định làm điều gì đó.

Đương nhiên tốc độ không đảm bảo cho thành công; tuy nhiên, việc di chuyển nhanh hơn sẽ giúp bạn đạt được thành công nhanh hơn. Bạn cần phải nhận ra khi nào bạn thành công và khi nào bạn thất bại. Nghĩa là, với tư cách một doanh nhân, càng thử nhiều ý tưởng – các sản phẩm khác nhau, những đối tượng khách hàng khác nhau, chiến lược kiếm tiền, phong cách thiết kế trang web, v.v... bạn càng học được nhiều. Mỗi cuối tuần đều có nhiều người thất bại và điều đó là rất bình thường.

Chẳng hạn, chúng tôi đã từng nghe một bài thuyết trình vào tối thứ Sáu về Hoy Hoy, một trang web giúp người dân ở các nước đang phát triển sử dụng hệ thống tin nhắn SMS và ngân hàng điện tử để thanh toán. Ở những nơi có rất ít ngân hàng và người dân không được sử dụng tiền giấy nhiều (hoặc rất nguy hiểm nếu mang theo), hệ thống này sẽ là một lựa chọn khác của họ.

Tới khi chúng tôi gặp họ vào chiều thứ Bảy, ý tưởng của nhóm đã trải qua hai lần thay đổi. Thứ nhất, họ quyết định chuyển sang tài khoản tiết kiệm nhóm. Giả sử bạn và bạn cùng phòng của bạn muốn tiết kiệm để mua một cái tivi hoặc cho một chuyến đi, đây sẽ là cách. Họ đã thảo luận về ý tưởng này trong một thời gian, cố gắng xác định số tiền được quản lý như thế nào. Liệu một người có thể kiểm soát toàn bộ số tiền và hành động như một quản trị viên, hay tất cả mọi người tự kiểm soát số tiền của họ? Nếu một người nào đó không đạt được mục tiêu tiết kiệm thì sao? Họ có thể từ bỏ trong một tháng hoặc mượn lại tiền từ khoản họ đã nộp không? Như vậy sẽ dẫn đến nhiều tranh chấp về tiền bạc? Ý tưởng dường như ngày càng trở nên phức tạp hơn.

Phiên bản kế tiếp trong kế hoạch của họ là một trang web dành cho những người đang tiết kiệm cho một chuyến du lịch nhóm, đóng góp bằng nhau, và chỉ có thể rút ra tiền của mình. Nhưng một lần nữa, câu hỏi phát sinh là: Ai sẽ trả tiền để sử dụng dịch vụ này? Điều này tiếp tục tạo nên căng thẳng cho nhóm trong suốt cuối tuần. Vào Chủ nhật, một trong những cố vấn thường xuyên tham dự Startup Weekend đã ghé qua, bắt đầu nghe nhóm trình bày và ngay lập tức nhận ra một thị trường chiến lược tiềm năng. Một người bạn của cô quản lý một trang web du lịch thường phàn nàn với cô rằng anh ta không làm sao có thể tìm ra ý định của mọi người khi họ đến với trang web của anh. Họ đang mơ mộng về một tuần trăng mật ở Hawaii với người chồng mà họ còn chưa gặp? Hay họ có kế hoạch đến Denver vào tuần tới và chỉ đang lựa chọn mức giá phù hợp?

Khi người cố vấn nghe về kế hoạch của nhóm này, cô ngay lập tức nắm bắt được tiềm năng. Một nhóm người tiết kiệm cho một chuyến đi với nhau và chủ động để dành tiền sẽ là đối tượng hoàn hảo cho các trang web du lịch. Ngay cả khi một số người hủy ý định hoặc một số chuyến đi đã không diễn ra, ít nhất họ cũng biết rõ ý định của người dùng. Họ có thể tìm ra nơi mọi người muốn đi, nhóm có bao nhiêu người, lên kế hoạch khi nào đi, ngân sách là bao nhiêu – những dữ liệu đó là vô cùng quý giá. Ngoài việc khảo sát những người tham gia tại Startup Weekend về việc liệu họ có sử dụng trang web đó để lập kế hoạch cho chuyến đi hay không, các thành viên của nhóm còn gọi nhân viên của công ty du lịch để hỏi họ có thích quảng cáo đến người dùng của trang web hay gắn trang web lên sản phẩm của họ hay không.

Tìm hiểu xem liệu có thị trường cho sản phẩm của bạn hay không là một phần quan trọng của Startup Weekend; chúng tôi gọi đó là

xác nhận ý tưởng. Lý thuyết về cách khởi nghiệp đã có từ cách đây rất lâu. Cách đây hàng thập kỷ, nó được gọi là tự thân vận động (bootstrapping). Bây giờ, nó còn được gọi là phát triển một mô hình linh hoạt hoặc phát triển khách hàng. Chúng tôi sẽ nói nhiều hơn về tất cả các thuật ngữ này trong chương tiếp theo – nhưng có gọi nó là gì thì điều quan trọng nhất để hiểu cách tiếp cận này đó là nó không phải là một kế hoạch kinh doanh truyền thống.

Thay vì tạo ra một chiến lược hoàn hảo về sản phẩm hoàn chỉnh, số người dùng và số tiền dự kiến thực hiện trong ba năm tới, chúng tôi khuyên bạn nên bắt đầu từ những việc nhỏ và sử dụng các thông tin mà bạn có thể nhận được ngay lập tức. Ví dụ: Ai sẽ muốn dùng sản phẩm này ngay ngày mai? Chúng tôi luôn cảnh báo mọi người trong các buổi thuyết trình Chủ nhật về việc đừng dự đoán con số doanh thu lố bịch trong 5 năm tới. Nói chung, không có lý do thực tế nào cho các giả định của họ, và các nhà đầu tư cũng không quan tâm đến những dự đoán này. Họ chỉ đơn giản muốn nhìn thấy vấn đề, giải pháp, và cuối cùng là làm thế nào để bạn tìm và đáp ứng nhu cầu khách hàng bằng sản phẩm của bạn.

Bạn có thể giải thích đặc điểm cơ bản nhất trong ý tưởng của bạn?

Hãy nhớ rằng, cơ bản không nhất thiết đồng nghĩa với đơn giản. Cốt lõi của ý tưởng vô cùng quan trọng, nó cung cấp nền tảng cho việc xây dựng mọi tính năng phụ về sau.

Bạn bè là xuất phát điểm tuyệt vời dành cho bạn. Trong suốt sự kiện, bạn sẽ thấy các thành viên trong nhóm đi loanh quanh, xin ý kiến người khác về sản phẩm. Nhóm quan tâm đến việc giúp nam giới mua quà cho phụ nữ đã tìm đến một vài phụ nữ và hỏi về món quà họ thích. Sau đó, họ hỏi nam giới xem những người này có cần giúp đỡ gì khi mua sắm cho người phụ nữ của họ không.

Trong thời đại ngày nay, việc gửi phiếu khảo sát đến một nhóm lớn rất dễ dàng, đơn giản như tìm kiếm một vài câu hỏi có liên quan và đăng chúng lên trang Facebook của bạn. Nhóm ứng dụng Internet-TV đã hỏi mọi người xem họ có muốn xem tivi với bạn bè dù họ ở vị trí địa lý khác nhau hay không. Một số nhóm để người dùng tiềm năng thử nghiệm sản phẩm qua trực tuyến hoặc khuyến khích mọi người đăng ký khi nó đã sẵn sàng để thử nghiệm. Quan trọng là phải nắm bắt được thị trường càng nhanh càng tốt.

BA TIÊU CHÍ CHÍNH

Đến sáng Chủ nhật, mức năng lượng bắt đầu tăng ở mức báo động. Một số nhóm vô cùng căng thẳng vì các thành viên phải đưa ra những quyết định cứng rắn về việc làm thế nào để đảm bảo rằng họ có một bài trình bày khả thi trước 5 giờ chiều. Nếu cần thời gian để trưởng nhóm tự khẳng định mình, thì đây chính là thời điểm đó. Dave Angulo, người tham gia Startup Weekend ở Boulder, nói rằng anh sẽ không so sánh vị trí trưởng nhóm với CEO mà chỉ coi họ là người quản lý dự án. Anh ấy nói phần quan trọng là “tổ chức con người, hiểu đâu là rào cản và đảm bảo bạn có thể xóa bỏ chúng để mọi người có thể tiếp tục di chuyển”.

Thật ngạc nhiên là hiếm khi chúng tôi thấy các nhóm tranh luận về việc ai là người đứng đầu. Thông thường, một nhóm có thể có một vài doanh nhân muốn đứng lên phụ trách, và đôi khi chúng tôi phải can thiệp. Nhưng phần lớn mọi người đều muốn làm việc chăm chỉ. Nhiều người trong số họ đến từ những môi trường quan liêu và vì vậy họ không thích quản lý người khác nhiều như thực sự tạo ra một sản phẩm.

Tuy nhiên, tới đêm Chủ nhật, có thể nhìn được những nhóm nào làm việc tốt với nhau, những trưởng nhóm nào đã quá ôm đồm và tiểu tiết, và những người nào cho phép mọi việc vượt khỏi kiểm soát một chút. Trong quá trình thực hiện hàng trăm sự kiện này, chúng tôi đã cố gắng không tập trung vào kết quả tại đêm Chủ nhật, mà tập trung vào quá trình mọi người đã làm và cách họ làm việc như một đội. Như Dan Rockwell của Big Kitty Labs nói với chúng tôi: “Startup Weekend tập trung vào hành động. Họ ít quan tâm đến biểu đồ cột với hàng nghìn đô-la tiềm năng mà quan tâm hơn đến các câu hỏi khác – như bạn đã làm được gì với nhóm của mình?” Nếu bạn không biết cách làm việc tốt trong nhóm, thì dù có một ý tưởng tuyệt vời như Groupon, bạn cũng sẽ không thành công vì không thể vượt qua bản ngã của mình.

Tại mỗi Startup Weekend, chúng tôi cố gắng thu thập ít nhất ba giám khảo có kinh nghiệm trong lĩnh vực khởi nghiệp – hoặc là các nhà sáng lập hay nhà đầu tư thành công. Chúng tôi yêu cầu họ đánh giá các bài thuyết trình tối Chủ nhật bằng cách sử dụng ba tiêu chí chính:

Tiêu chí đánh giá

Bạn đã...

Xác nhận khách hàng

Phỏng vấn khách hàng mục tiêu/tiềm năng?
Tích hợp phản hồi vào sản phẩm?
Xây dựng cơ sở người hâm mộ
và khách hàng tương lai?

Mô hình kinh doanh

Khiến bản thân trở nên khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh?
Xác định chiến lược giới thiệu sản phẩm/thu hút khách hàng?
Mô tả rõ ràng và thực tế mô hình doanh thu?

Triển khai

Xây dựng một mẫu chức năng?
Triển khai như một đội ngũ?



Xác nhận khách hàng: Bạn có phỏng vấn các khách hàng tiềm năng hay khách hàng mục tiêu không? Bạn đã kết hợp những phản hồi đó vào sản phẩm chưa? Bạn đã xây dựng một đội ngũ những người hâm mộ sẵn sàng là khách hàng của bạn chưa?

Mô hình kinh doanh: Bạn đã tạo được sự khác biết giữa mình và đối thủ cạnh tranh chưa? Bạn đã xác định các bước tiếp cận khách hàng và triển khai chiến lược chưa? Bạn có trình bày mô hình doanh thu một cách rõ ràng và thực tế không?

Triển khai: Bạn đã phát triển một phiên bản dùng thử chưa? Bạn có triển khai theo nhóm tốt không?

Chúng tôi sẽ thảo luận về vấn đề đầu tiên chi tiết hơn trong chương tiếp theo về phát triển khách hàng và các chiến lược tinh gọn/linh hoạt để thành lập một công ty khởi nghiệp. Chúng tôi kỳ vọng rằng các nhóm sẽ đưa ra bằng chứng cho việc họ đã thu thập được một số thông tin về nhu cầu của các khách hàng tiềm năng.

Về tiêu chí thứ hai, chúng tôi không có ý rằng bạn phải đề cập đến sứ mệnh của tất cả các công ty khác kinh doanh cùng lĩnh vực để giải thích sự khác biệt. Nhưng một vài công ty có thể là ý hay. Đôi khi giám khảo hoặc khán giả sẽ đặt câu hỏi để đảm bảo bạn biết đến một số đối thủ cạnh tranh chính đã tồn tại. Ngay lúc đó, bạn có thể cho họ thấy bạn hiểu thị trường. Bạn chỉ có 5 phút trình bày. (Tại một số Startup Weekend, các bài thuyết trình thậm chí còn ngắn hơn do số lượng nhóm trình bày.) Vì vậy, bạn muốn dành nhiều thời gian nhất có thể để tập trung vào sản phẩm của mình.

Như chúng tôi đã đề cập, việc triển khai sẽ phụ thuộc rất nhiều vào sản phẩm. Chúng tôi muốn những người tham gia có một mẫu thử nghiệm hoạt động được. Tuy nhiên, điều này là không thể trong mọi trường hợp. Nhưng chúng tôi muốn đến càng gần càng tốt với những trải nghiệm thực tế của người dùng với sản phẩm của bạn. Tất nhiên, ảnh chụp màn hình của trang web của bạn sẽ phần nào giúp cho việc hình dung. Nhưng chúng tôi vẫn muốn được trải nghiệm qua bài trình bày của bạn.

Mặc dù các giám khảo đang cố gắng quyết định xem bạn có làm việc hiệu quả theo nhóm hay không, nhưng họ không muốn thấy tất cả các thành viên trong nhóm trình bày. Việc bảy người chuyển mic qua lại rất tốn thời gian, và trông giống như một lớp học mầm non. Vì vậy, hãy chọn một hoặc hai người có khả năng thuyết trình tốt nhất để trình bày với khán giả và giám khảo. Tất nhiên, bạn muốn chắc chắn rằng họ nhớ đến công sức của các thành viên còn lại trong nhóm. (Một số người thậm chí còn tạo một slide hình ảnh của cả nhóm hoặc ít nhất là tên của tất cả mọi người.) Khi các giám khảo đặt câu hỏi mà người thuyết trình không thể đưa ra đáp án thì người khác trong nhóm có thể trả lời giúp.

Bây giờ, bạn đã biết các tiêu chí đánh giá, hãy cân nhắc những câu hỏi nào dành cho bài trình bày của bạn kèm câu trả lời. Dưới đây là một số câu hỏi mà Dan tại Big Kitty Labs hỏi về tất cả các nguyên mẫu của nhóm anh ấy và cũng là những câu hỏi quan trọng cho Startup Weekend:

Nó là gì?

Tại sao tôi cần nó?

Nó có tác dụng gì?

Ai sử dụng nó?

Nó kiếm tiền như thế nào?

Nó mang đến giá trị gì?

Ai sẽ viết một câu chuyện về nó?

Nó hoạt động như thế nào?

Nó dựa trên cơ sở gì?

Nó trông như thế nào (về trải nghiệm)?

Dữ liệu đến từ đâu?

Những rào cản, hộp đen và câu hỏi mà bạn không thể trả lời?

Mặc dù các giám khảo của chúng tôi luôn thích câu trả lời trôi chảy cho các câu hỏi của họ nhưng hãy cố gắng trung thực nếu bạn không biết đáp án. Rất khó để thực sự xử lý được mọi câu hỏi chỉ trong một cuối tuần. Ít nhất hãy chứng tỏ nhóm bạn có khả năng và khuynh hướng tìm ra câu trả lời. Chúng tôi muốn bạn hoàn thành càng nhiều càng tốt trong một cuối tuần (hoặc bất kỳ khoảng thời gian nào), nhưng hãy nhớ rằng đêm Chủ nhật không phải là kết thúc của dự án. Thay vào đó, 54 giờ đó chỉ là khởi đầu của một trải nghiệm lớn hơn nhiều.

4

MÔ HÌNH KINH DOANH KHỞI NGHIỆP

Thích nghi, tinh gọn và lặp lại liên tục

TỪ THUỞ SƠ KHAI, con người đã biết đến kinh doanh. Một người nguyên thủy nào đó đã phát minh ra bánh xe, và một số người khác đã nghĩ: "Ồ, cái này cũng đáng giá đó. Ta cá là ta có thể đổi nó lấy một ít dâu hay một miếng da voi ma-mút." Điều này đã kéo dài hàng nghìn năm, mặc dù cho đến năm 1910, Harvard mới cấp bằng MBA lần đầu tiên. Nhưng điều đó không có nghĩa là MBA chẳng bổ sung thêm được gì. Quản trị

kinh doanh là khởi đầu cho sự hình thành của một trường kiến thức về cách quản lý doanh nghiệp.

Mọi người bắt đầu chính thức nghiên cứu nhiều chủ đề khác nhau, bao gồm marketing, tuyển dụng và tài chính. Họ bắt đầu quan sát những công cụ và mô hình khác nhau để tổ chức các doanh nghiệp hiệu quả hơn. Họ đã đặt câu hỏi như: Ai nên quản lý các công ty này? Người lao động nên sử dụng bao nhiêu nguyên liệu? Họ nên lưu giữ bao nhiêu hàng tồn kho? Làm thế nào để họ giữ cho khách hàng cũ hài lòng trong khi vẫn thu hút khách hàng mới? Làm thế nào họ có thể thích ứng với những thay đổi trên thị trường?

Đây vẫn là những câu hỏi rất quan trọng. Tuy nhiên, đây cũng là những câu hỏi mà từ rất lâu chương trình MBA giảng dạy cho các doanh nghiệp đang hoạt động. Họ có thể không phải là tập đoàn khổng lồ, nhưng cũng đã ổn định. Đến tận 30 hoặc 40 năm trước, chúng ta vẫn không có công thức hay thậm chí là lời khuyên thiết thực cho những người bắt đầu khởi nghiệp, sách về đề tài này lại càng hiếm. Và đương nhiên, cũng chẳng có trường lớp nào dạy những bài học này.

Các doanh nhân thành công được coi là thiên tài hoặc những người rất may mắn – những người tình cờ nghĩ ra ý tưởng vào đúng thời điểm. Họ không có bằng cấp cụ thể hoặc trải qua bất kỳ hình thức đào tạo chính thức nào. Họ là những kẻ nổi loạn đã nhìn vào tương lai, thấy thị trường đang đi về đâu, nhận ra một điều gì đó về công nghệ, truyền thông hay chính trị, và họ hành động. Họ thậm chí chỉ còn vài đồng lẻ trong túi vì chỉ tới gần đây người ta mới thấy việc đầu tư cho một doanh nghiệp khác là cách sử dụng tiền đặc biệt hiệu quả.

Tuy nhiên, nửa sau của thế kỷ XX là sự bùng nổ ở Thung lũng Silicon. Nó là nơi sản sinh ra tất cả các loại kỹ thuật điện tử, từ đài phát thanh đến truyền hình, sau đó là máy tính, và bây giờ là tất cả các loại hình kinh doanh công nghệ cao mà ta có thể hình dung được. Khu vực này cũng đã trở thành một loại phòng thí nghiệm đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp. Bởi công nghệ mà mọi người đang phát triển đó hoàn toàn mới, và bởi có quá nhiều người trẻ tuổi đang cố gắng bước chân vào lĩnh vực này (phần lớn là sinh viên trường Đại học Stanford gần đó), nên khu vực này đã trở thành trung tâm của hoạt động kinh doanh. Và những người đến đó không nhất thiết phải có bằng MBA hoặc được đào tạo ở các công ty lớn. Nhiều người còn không hiểu gì về hoạt động kinh doanh truyền thống.

Steven Blank là một người như vậy, ông đã đến Thung lũng Silicon vào cuối những năm 1970, ngay giữa giai đoạn bùng nổ, còn gọi là thời kỳ phục hưng đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp. Nhìn lại quãng thời gian đó, ông nói: “Không phải là người ta không bắt đầu khởi nghiệp từ thời phát minh ra cái bánh xe. Mà cần phải có sự kết hợp của công nghệ, tinh thần doanh nhân và vốn đầu cơ tạo nên ‘kỷ nguyên tinh thần doanh nhân hiện đại’.”

Blank tiếp tục làm việc và thành lập tám công ty công nghệ khác nhau, trong đó có Epiphany chuyên phát triển phần mềm quản lý quan hệ với khách hàng; hai công ty bán dẫn; một công ty siêu máy tính; một hệ thống cung cấp thông tin tình báo cho quân đội; một công ty trò chơi điện tử. Nhìn lại sự nghiệp của mình, ông nói “tổng số điểm” của ông là “hai thành công đột phá, một thành công bong bóng dotcom bất ngờ, và một vài thành công vừa phải”.

Điều gì thực sự làm nên thành công hay thất bại cuối cùng của những doanh nghiệp khởi nghiệp này? Mãi cho đến khi Blank bỏ lại phía sau gần như toàn bộ sự nghiệp của mình, ông mới bắt đầu suy nghĩ về những mô hình mà các công ty khởi nghiệp và những nhà lãnh đạo theo đuổi. Có lẽ điều dẫn các doanh nhân đến thành công không chỉ có may mắn. Và có lẽ không phải tất cả những người thành công đều là thiên tài.

Nhưng tại sao thành công của các doanh nhân này không thể dự đoán được? Blank nói lý do là mọi người đang sử dụng mô hình trường kinh doanh. "Phần lớn đều đưa ra giả thiết sai lầm rằng: Các công ty khởi nghiệp chỉ đơn giản là những phiên bản nhỏ hơn của các công ty lớn." Tuy nhiên, theo Blank: "Một khi bạn đưa ra giả thiết này, thì nó sẽ kéo theo hàng loạt các sai lầm khác." Điều đó có nghĩa là những lãnh đạo của các công ty khởi nghiệp điều hành công ty họ như là phiên bản thu nhỏ của các công ty lớn. Tuy nhiên, theo Blank, hai phong cách này hoàn toàn khác biệt: "Các công ty lớn triển khai những mô hình kinh doanh đã được biết đến; còn các công ty khởi nghiệp tìm kiếm những mô hình kinh doanh."

Bạn có đang gặp rắc rối khi bắt đầu với ý tưởng của mình?

Kế hoạch triển khai của bạn có phù hợp với kỹ năng, nguồn lực và những giới hạn của bạn không?

Mặc dù việc mơ mộng về lợi nhuận siêu khủng là động lực rất lớn, tuy nhiên hãy sống thực tế, đồng thời hiểu rõ bạn có gì và làm được gì.

Điều đó nghĩa là gì? Tóm lại, Blank nói: “Khi triển khai, bạn phải có chiến thuật; quy trình; kế hoạch kinh doanh. Bạn thuê người khác triển khai, và bất kỳ thất bại nào đều là thất bại do năng lực. Nhưng khi tìm kiếm, chúng tôi chẳng tìm thấy kế hoạch nào cả; trên thực tế, thất bại là một phần của quá trình.” Mọi người đặc biệt khó chịu với nó. Làm thế nào để bạn giải thích điều đó cho nhân viên? Làm thế nào để bạn giải thích điều đó cho khách hàng? Làm thế nào để bạn nói với họ rằng bạn đang tìm kiếm một mô hình kinh doanh? Đó không phải là một cụm từ thể hiện sự tự tin.

Sau nhiều năm chứng kiến những vấn đề mà chính công ty khởi nghiệp của ông cũng như các công ty khởi nghiệp khác gặp phải, Blank nói: “Những vấn đề giống nhau lặp đi lặp lại: phong cách quản lý của công ty lớn đối lập với hành động vội vã của các doanh nhân; người sáng lập so với các nhà quản lý chuyên nghiệp; việc lập trình so với marketing; marketing so với bán hàng; trễ hạn chót; doanh số bán hàng không đạt như kế hoạch; hết tiền; hoặc huy động vốn.” Ông nói mình “bắt đầu đánh giá cao việc các nhà đầu tư mạo hiểm đẳng cấp thế giới đã tạo ra hẳn một cẩm nang để nhận dạng những loại vấn đề phổ biến này. ‘À công ty X, họ đang gặp vấn đề 343. Đây là sáu khả năng giải quyết, với xác suất tương ứng là thế này.’”

Có thể là không phải trường hợp nào cũng như vậy. Blank đã nói chuyện với một vài người bạn trong lĩnh vực đầu tư mạo hiểm và

họ thừa nhận rằng họ đã nhận thấy những vấn đề này qua nhiều năm. Họ đã phát triển một trực giác khá tốt về việc công ty nào sẽ thành công và thất bại dựa trên những kinh nghiệm này. “Vậy tại sao anh không nói với chúng tôi?” Blank hỏi nửa đùa nửa thật. “Đó không phải là việc của chúng tôi,” họ cười. Và đó là sự thật; những công ty đầu tư mạo hiểm không có thói quen giảng dạy cho các doanh nhân cách để làm việc. Tuy nhiên, ông vẫn nghĩ, ai đó nên làm việc này. Blank là một trong những người tiên phong trong chương trình giảng dạy mới này, và ngay sau đây, chúng tôi sẽ quay lại với những ý tưởng quan trọng mà ông đã phát triển.

Chúng tôi muốn những người tham dự Startup Weekend nhận ra các biểu hiện có ở những công ty khởi nghiệp thành công. Chúng tôi muốn họ nhận ra rằng thành công không hoàn toàn dựa trên may mắn và họ không cần là thiên tài để dấn thân vào con đường khởi nghiệp. Trong chương này, chúng tôi muốn giải thích về những mô hình đó và thảo luận về một số phương pháp đã được xây dựng để đảm bảo rằng các doanh nhân ngày nay có thể tránh được sai lầm của những người đi trước.

Chúng tôi không muốn bạn xem hành trình khởi nghiệp là việc bạn chỉ thử một lần, sau đó cho rằng có quá nhiều rủi ro. Chúng tôi cũng muốn loại bỏ một số rủi ro cho bạn, và một phần của việc đó là cung cấp cho người tham dự một số kiến thức về các kỹ thuật hiệu quả nhất. Có rất nhiều sách, bài báo và blog viết về những ý tưởng chúng tôi nói đến trong chương này. Nhưng nếu bạn đang tham gia một Startup Weekend hoặc đang cố gắng để nhanh chóng khởi nghiệp lần đầu tiên – chương này sẽ cho bạn một cách nhìn khái quát về những ý tưởng này. Nếu bạn đã quen thuộc với những phương pháp này thì Startup Weekend sẽ là cơ

hội tuyệt vời để bạn thử một vài ý tưởng và xem ý tưởng nào hoạt động.

Đội ngũ Startup Weekend tin tưởng rằng mô hình kinh doanh – kế hoạch kinh doanh là yếu tố sống còn đối với công ty khởi nghiệp. Cơ cấu tổ chức doanh nghiệp truyền thống nhấn mạnh đến sự phát triển doanh thu và dòng tiền. Tuy nhiên các xu hướng kinh doanh tiên tiến – được Steve Blank và một số lãnh đạo giàu kinh nghiệm đề cập đến trong chương này – khuyên những người sáng lập nên tập trung vào chất lượng ý tưởng và sản phẩm của họ; và khuyến khích họ làm điều này không phải bằng cách nhìn qua lăng kính lợi nhuận mà bằng cách tập trung vào tầm nhìn chung, mô hình và đội ngũ. Đó là lý do tại sao chúng tôi không khuyến khích mọi người trình bày đường cong tăng trưởng vô lý cho doanh thu của họ trong các bài thuyết trình cuối cùng. Chúng tôi quan tâm nhiều hơn đến đội ngũ, tầm nhìn chung và người bị ý tưởng đó thuyết phục.

CUỘC CÁCH MẠNG PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG

Steve Blank đã phát triển lý thuyết phát triển khách hàng tương ứng với các khuôn mẫu mà ông đã thấy ở cả thành công cũng như thất bại của công ty khởi nghiệp. Ông bắt đầu giải thích chìa khóa cho ý tưởng này trong các lớp học của mình tại Berkeley và Stanford. Việc đầu tiên và quan trọng nhất: hãy ra khỏi văn phòng và nói chuyện với khách hàng. Đừng quá sa đà vào bất kỳ con đường nào, và cũng đừng dành quá nhiều thời gian để phát triển bất kỳ sản phẩm nào cho đến khi bạn biết khách hàng muốn gì.

Blank nói rằng một trong những sai lầm chính mà các công ty khởi nghiệp thường mắc phải là nhầm lẫn giữa tầm nhìn và niềm đam mê của người sáng lập (điều ông cho rằng “về cơ bản là một doanh nghiệp dựa trên niềm tin vào ngày ra mắt”) với thực tế. Những người đã đồng ý làm việc cho một công ty khởi nghiệp tin rằng người sáng lập bằng cách nào đó ngầm hiểu được các vấn đề và nhu cầu của khách hàng. Họ đã cam kết làm việc bởi họ tin vào khái niệm nền tảng của doanh nghiệp. Như chúng tôi đã từng nói, đội ngũ và người lãnh đạo chứ không phải ý tưởng nên là những yếu tố khiến mọi người muốn tham gia. Hãy nhớ rằng: Ý tưởng chẳng đáng một xu. Một người sáng lập, dù thông minh tới cỡ nào, cũng không thể đọc được tâm trí của khách hàng. Và nếu mọi người nhầm lẫn giữa niềm tin của họ vào người sáng lập với niềm tin vào ý tưởng, họ sẽ mắc phải sai lầm nghiêm trọng tiếp theo. Họ sẽ chỉ chăm chăm làm theo tầm nhìn của người sáng lập và kết luận, theo như Blank: “Bây giờ, tôi chỉ cần xây dựng sản phẩm theo tầm nhìn của tôi, khi tôi hoàn thành, tôi sẽ phát hành nó, và tiền sẽ bắt đầu chảy vào.”

Bạn là người có tầm nhìn xa hay một chú ong thợ? Nhà lãnh đạo giỏi phải là cả hai và phải có cả khả năng truyền cảm hứng cho người khác.

Về cơ bản, phát triển khách hàng cho rằng việc này là không khả thi trừ khi bạn tình cờ gặp may hoặc là chuyên gia trong một lĩnh vực cụ thể. Và xác suất để bạn thực sự biết được các vấn đề và nhu

cầu của khách hàng vào ngày đầu tiên của công việc là cực kỳ thấp. Vì vậy, Blank nói: “Tại sao chúng ta không thiết lập một quá trình để loại bỏ sự lãng phí và khiến việc học cũng như khám phá trở thành một phần không thể tách rời khỏi những gì bạn làm ngay từ giai đoạn đầu?”

Ở Chương 3, chúng tôi đã thảo luận một số đề xuất để điều tra xem mọi người muốn gì ở một sản phẩm. Tại Startup Weekend, mọi người tiến hành khảo sát nhanh qua mạng hoặc khảo sát quanh văn phòng; tuy nhiên, chúng tôi vẫn khuyến khích họ hãy rời khỏi tòa nhà. Tại Startup Weekend cũng như bất kỳ môi trường khởi nghiệp nào khác, việc ngồi tại chỗ là vô cùng thuận tiện, thế nhưng bạn sẽ chẳng bao giờ có được thông tin mới, những phản hồi từ phía gia đình và bạn bè thì thường khá một chiều. (Ngay cả khi mẹ bạn thường xuyên phê bình, bà ấy cũng thường đứng về phía bạn, đúng không?) Vì vậy, đừng chỉ phụ thuộc vào ý kiến của những người bạn quen biết. Hãy đi phỏng vấn những người lạ và tìm hiểu họ muốn gì. Đi đến một quán cà phê hoặc tiệm làm móng – nơi nào mà mọi người có chút thời gian rảnh. Hoặc đứng ở góc phố. Kiểu gì cũng sẽ có người dừng lại tiếp chuyện với bạn.

Hầu hết chúng ta đều sợ gọi điện cho ai đó hoặc bắt đầu cuộc trò chuyện với một người lạ mặt. Nhưng trong kinh doanh, bạn phải vượt lên sự sợ hãi đó; việc những người bán hàng gõ cửa tận nơi đã quá lỗi thời. Nhưng để tìm ra những gì khách hàng muốn, thì có rất nhiều điều để nói với những người lạ qua lỗ mắt thần trên cánh cửa. Điều thú vị là đôi khi những người lạ mặt lại quá tử tế. Họ không muốn nói thẳng vào mặt bạn rằng ý tưởng của bạn thật tệ. Một cách để giải quyết vấn đề này là nói rằng ý tưởng đó là của

người khác. “George, đồng nghiệp của tôi, có một ý tưởng thú vị cho...”

Một khi bạn tìm thấy những người sẵn sàng nói chuyện với mình, điều cần làm là đặt ra những câu hỏi đúng. Nick Martin, một người tham dự Startup Weekend, mở công ty có tên Plane.ly, một trang web cho phép bạn gặp những người có cùng sở thích khi bạn đang trên máy bay. Nick nhớ đã từng nói chuyện với chủ doanh nghiệp về nhu cầu của họ. Ông đưa ra cho họ ba vấn đề hàng đầu mà ông nghĩ rằng các doanh nghiệp đã có, sau đó, yêu cầu họ xếp chúng theo thứ tự. Nhìn lại, ông nghĩ rằng mình đã “gợi ý đáp án” một chút. Tại sao không đưa ra nhiều lựa chọn hơn, và sau đó yêu cầu khách hàng tiềm năng bổ sung thêm lựa chọn vào danh sách? Cuộc hội thoại phát triển khách hàng không phải là cuộc thẩm vấn; đúng ra đó phải là cuộc đối thoại. Càng đặt nhiều câu hỏi mở thì bạn càng nhận được nhiều thông tin hữu ích. Đó là sự khác biệt, như mọi bậc cha mẹ đều biết, giữa việc hỏi một đứa trẻ: “Hôm nay ở trường có vui không?” và “Con đã làm gì trong giờ giải lao?”

Nathan Bashaw, người sáng lập Thoughtback.com và diễn giả khách mời tại Startup Weekend ở Lansing, Michigan, đã viết lời khuyên cho các cuộc phỏng vấn trên blog của mình. Và nó rất đáng đọc:

Bạn đã bao giờ nhận thấy những cuộc trò chuyện tốt nhất thường có xu hướng đi lệch khỏi chủ đề ban đầu và tiến tới những chủ đề thú vị, chưa được biết đến? Khi bạn đang nói chuyện với khách hàng tiềm năng, hãy làm mọi thứ để có được những cuộc thảo luận hấp dẫn như vậy. Đừng dừng lại khi họ đang ngồi ngả người về phía trước với đôi mắt tò mò, hào hứng, và rất chú ý đến cuộc

trò chuyện. Tôi đã sử dụng cách tiếp cận cứng nhắc, có phần nghiêm túc đối với các cuộc phỏng vấn phát triển khách hàng cho đến khi nhận ra rằng tôi chưa bao giờ có nhiều ý tưởng hay phản hồi từ những cuộc trò chuyện đó. Các câu hỏi nằm trong kịch bản của tôi khiến mọi người không thoải mái, và họ không sẵn sàng chia sẻ cởi mở những gì họ thực sự nghĩ. Và bây giờ, tôi nghĩ rằng những cuộc phỏng vấn này chỉ là cơ hội để xây dựng một mối quan hệ và học hỏi từ một người thú vị. Tôi hỏi về câu chuyện của họ, làm thế nào họ bắt đầu làm những gì họ làm, những gì họ đã đọc gần đây, họ muốn trở thành người như thế nào trong 5 năm tới. Điều này cho tôi một sự hiểu biết toàn diện rằng không có khảo sát nào sẽ có thể lặp lại, bởi phải có sự kết nối thật sự giữa người với người thì họ mới cảm thấy thoải mái để trải lòng.

Tận dụng tối đa phản hồi của khách hàng tiềm năng. Đặt ra những câu hỏi mà họ không thể trả lời đơn giản bằng cách nói "có" hoặc "không".

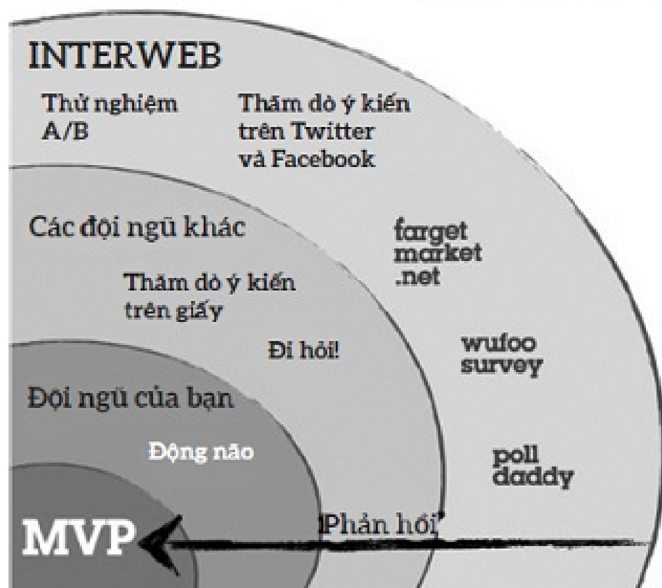
Thay vì hỏi: "Bạn có thích lợi ích/tính năng X không?", hãy hỏi: "Điều gì về lợi ích/tính năng X hấp dẫn nhất đối với bạn? Tại sao?"

Lý do để bước ra ngoài và nói chuyện với những người bạn không biết ở giai đoạn đầu là để xác nhận rằng có một nhu cầu thực sự cho sản phẩm bạn muốn tạo ra. Đây được gọi là xác nhận ý tưởng. Mặc dù tại Startup Weekend việc trì hoãn cả dự án để chờ bạn xác nhận ý tưởng là không thể, nhưng vẫn sẽ rất hữu ích nếu có ai đó

trong nhóm cố gắng thử điều này. (Hãy nhớ rằng, bạn đã bắt đầu việc xác nhận ý tưởng nếu những người khác đã quyết định tham gia vào đội ngũ của bạn. Đã có người nghĩ đó là một ý tưởng hay.)

Mục đích của việc xác nhận ý tưởng không phải là bán sản phẩm cho họ; mà là khám phá lĩnh vực này để thu thập kiến thức, không phải tiền. Đừng cảm thấy bị xúc phạm bởi những người không thích ý tưởng của bạn. Đó là tri thức bạn thu thập được. Bây giờ, bạn biết bạn và sản phẩm của mình không nên đi theo hướng nào. Bạn sẽ cảm thấy may mắn vì chưa phải đầu tư gì, ngoại trừ chút ít thời gian và năng lượng ở giai đoạn này. Bạn chưa tạo ra bất cứ thứ gì. Và nhận được thông tin phản hồi bây giờ thường dễ dàng hơn. Hãy nghĩ theo cách này:

Xác nhận ý tưởng



Tại sao xác nhận lại quan trọng:
Bạn không thể nghĩ về MỌI THỨ



Nếu sáng nay, bạn mặc bừa một cái quần, áo sơ mi và không chải tóc, có lẽ bạn sẽ nhún vai nếu ai đó nhận xét về sự xuất hiện của bạn. (Tôi đã không cố gắng khiến bản thân trở nên ưa nhìn, vì vậy chẳng có gì đáng ngạc nhiên.) Nhưng nếu bạn đi ra ngoài với một kiểu tóc mới, trang phục đẹp, trang điểm, và rồi ai đó không thích diện mạo của bạn, bạn sẽ khó chịu hơn. (Tôi đã dành nhiều thời gian và tiền bạc cho việc này và họ vẫn không thích diện mạo của tôi.) Việc thu thập được kiến thức này sẽ không dẫn đến các khoản thu nhập khổng lồ ngay lập tức, nhưng nó lại vô cùng quan trọng trong việc dẫn dắt công ty bạn đến thành công.

Khi đã tạo ra sản phẩm khả thi tối thiểu, bạn có thể thử lại các phương pháp nhận phản hồi từ khách hàng tiềm năng để xem liệu họ có thích sản phẩm của mình hay không. Hãy nhớ những điều cơ bản: Hỏi những người bạn không biết, và đưa ra những câu hỏi mở về sản phẩm. Đừng cảm thấy bị xúc phạm bởi kết quả. Chỉ cần quay lại và xem liệu bạn có thể kết hợp các phản hồi vào phiên bản tiếp theo hay không. Hãy thử xây dựng các giả thiết cụ thể về sản phẩm. Ai sẽ là người thấy sản phẩm này hấp dẫn? Bạn mong đợi bao nhiêu khách truy cập vào trang web của mình? Điều quan trọng là phải cụ thể để biết bạn đánh giá thị trường của mình sát sao như thế nào.

Bạn có nhớ nguyên tắc khách hàng luôn đúng? Chủ nhà hàng và những người trong ngành dịch vụ được nhắc nhở về khái niệm này hằng ngày. Nó không quan trọng nếu vị khách nói anh ta muốn cà phê đen và bạn đã làm đúng như vậy. Bây giờ, anh ta nói muốn thêm chút đường. Đừng tranh cãi với anh ta; chỉ cần cho anh ta đường. Và mỉm cười. Hoặc ngày mai anh ta sẽ không trở lại

và sẽ nói những điều không tốt với bạn bè của mình. Tuy nhiên, khi bạn bắt đầu tạo ra những mặt hàng không phục vụ cho khách hàng ngay trước mặt, khái niệm khách hàng luôn đúng thường dễ bị lãng quên. Bởi lẽ rất nhiều người khởi nghiệp xuất phát từ lĩnh vực kỹ thuật, và họ dường như xa rời những trải nghiệm của khách hàng. Những ý tưởng về phát triển khách hàng với nhiều người là một cuộc giác ngộ.

Có rất nhiều sách kinh doanh trên mạng (cho các doanh nhân và bất kỳ ai khác) nhấn mạnh sự kiên trì. Điều đáng chú ý ở những cuốn sách này là nó khuyên bạn nên kiên trì tiếp tục thử sản phẩm của mình, và nói về nó theo những cách khác nhau. Hãy tiếp tục làm việc trong tầng hầm của bạn và cuối cùng tất cả những công việc khó khăn đó sẽ gặt hái kết quả. Tuy nhiên, điểm mấu chốt là điều đó có đúng không. Nếu nói chuyện với khách hàng sớm và thường xuyên, bạn sẽ thấy điều đó sớm hơn, giải phóng bản thân và hướng theo những ý tưởng thực sự mang lại kết quả.

TINH GIẢN, DUY TRÌ SỰ TINH GỌN VÀ SẴN SÀNG CHUYỂN ĐỔI

Steve Blank, người sáng lập ra cuộc cách mạng về kinh doanh, nói rằng lý thuyết phát triển khách hàng của ông thực sự chỉ là một phần của chương trình giảng dạy cho các doanh nhân. Cũng giống như những người mới thành lập công ty phải nghĩ đến mô hình kinh doanh và kế hoạch marketing khác nhau, họ cũng phải suy nghĩ về cách tổ chức hoạt động và làm thế nào để tuyển dụng theo một cách khác. Trong những năm kể từ khi Blank bắt đầu xuất bản các ghi chép trên lớp của mình dưới dạng một cuốn sách có tên Four steps to Epiphany (Bốn bước chinh phục đỉnh cao),

những người khác đã bắt đầu khám phá và giải thích những mảnh ghép khác của câu chuyện kinh doanh.

Đôi khi họ đã phát triển lại từ đầu cả lý thuyết và mô hình, nhưng có khi họ xây dựng lại dựa trên các công ty lớn, đã có danh tiếng. Chẳng hạn, vào đầu những năm 1950, Toyota đã sử dụng quy trình sản xuất tinh gọn để làm ra chiếc xe hiệu quả hơn. Ý tưởng đằng sau nó chỉ đơn giản là tạo ra ít chất thải hơn. Các công ty hoạt động theo cách tiếp cận sản xuất tinh gọn cố gắng giảm thiểu lãng phí và đẩy nhanh sự lưu thông giữa các quy trình.

Khi hình dung về một dây chuyền lắp ráp, bạn nghĩ đến một khối lượng lớn các công việc cần xử lý. Nhưng quy trình sản xuất tinh gọn xử lý một số ít các công việc tại một thời điểm. Tất cả mọi thứ đang chờ để được sản xuất đều nằm trong kho và bạn muốn hàng tồn kho thấp nhất có thể. Chẳng hạn, có thể mất một khoảng thời gian ngắn để làm cửa xe và một thời gian dài để lắp đặt nó. Jeremy Lightsmith, cựu doanh nhân, là người đã tư vấn chiến lược tinh giản cho các công ty lớn, giải thích: “Nếu bạn sản xuất, sản xuất, sản xuất, đến công đoạn tốn nhiều thời gian nhất là gắn cửa thì bạn sẽ có một đống cửa lưu kho. Nếu có vấn đề gì đó với cái cửa thứ hai thì giờ bạn đã thực hiện cả trăm cửa và chúng đều có lỗi như vậy.”

Ý tưởng này thậm chí còn quan trọng hơn đối với các doanh nghiệp nhỏ và mới so với các doanh nghiệp đã ổn định. Các doanh nghiệp nhỏ không có nhân lực bổ sung hoặc vốn bổ sung, vì vậy việc giữ hàng tồn kho ở mức tối thiểu là rất quan trọng – không chỉ trên dây chuyền sản xuất. Điều này rất quan trọng khi phát triển một sản phẩm. Đó là lý do tại sao các doanh nhân chỉ cần tạo ra một sản phẩm khả thi tối thiểu rồi sau đó thử nghiệm nó với

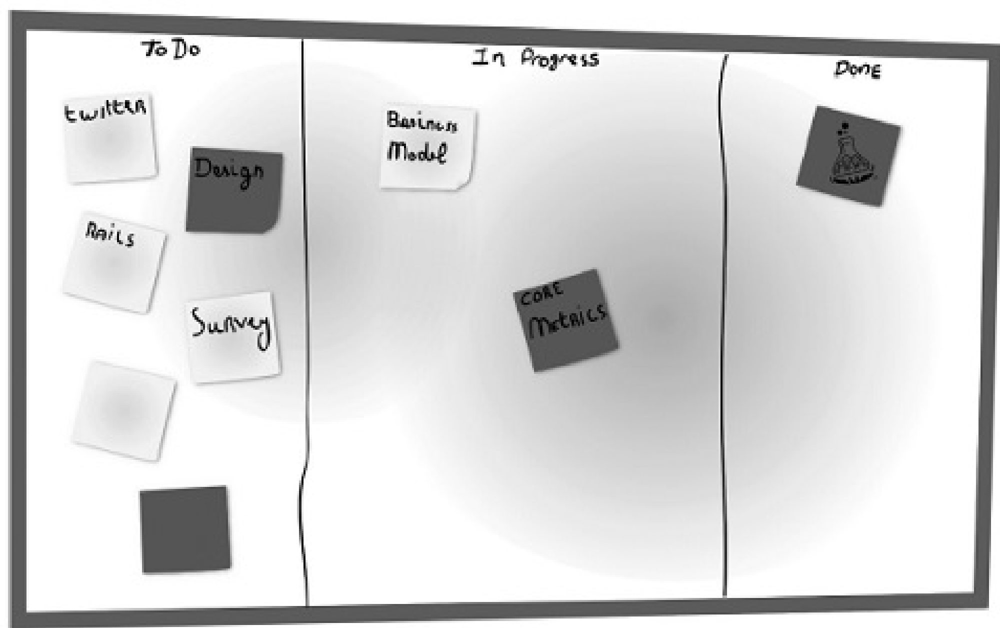
khách hàng tiềm năng ngay lập tức. Bạn không muốn sản xuất ra một số lượng lớn trừ khi bạn biết khách hàng sẽ hài lòng với nó. Cách tiếp cận này mang đến ít rủi ro hơn.

Các nhà phát triển phần mềm đã đặc biệt chú ý đến vấn đề này trong những năm 1990 và bắt đầu nghiên cứu một phương pháp được gọi là phát triển linh hoạt. Các nhà phát triển linh hoạt đã sử dụng một loạt các tầng để tạo ra sản phẩm. Mỗi tầng nhắc lại sản phẩm một lần nữa. Ví dụ: giả sử bạn đang sử dụng trang web và muốn đăng xuất để người sử dụng máy tính sau đó không có được thông tin thẻ tín dụng của bạn. Điều này đòi hỏi một loại chức năng cụ thể của trang web. Giải quyết vấn đề đó là một nhiệm vụ riêng biệt, có thể được thực hiện trong một khoảng thời gian cụ thể bởi một cá nhân hoặc một nhóm cụ thể; đó là một tầng. Thời gian dành cho việc thực hiện nhiệm vụ có thể được gọi là một sprint. Bằng cách này, chúng ta có thể nghĩ đến việc khởi nghiệp như một chuỗi các sprint.

Theo thời gian, linh hoạt (agile) đã trở thành từ viết tắt cho một phương pháp quản lý dự án nhất định. Trong lĩnh vực phần mềm, hầu hết mọi người sử dụng thuật ngữ này, bao gồm cả cách lập trình và thiết kế. Quan trọng là những điều này cần rất đơn giản để tất cả mọi người trong nhóm đều có thể hiểu, từ đó khi cần có thể thay đổi được chúng mà không phải vứt bỏ cái gì.

Có rất nhiều công cụ hiện có sẵn cho các nhà doanh nghiệp sử dụng các phương pháp linh hoạt trong công việc của họ. Một trong số đó được gọi là scrum, bắt nguồn từ thuật ngữ cho một cuộc trò chuyện trong môn bóng bầu dục. Các doanh nhân mới và những người tham gia vào Startup Weekend không cần nắm bắt tất cả các khái niệm đằng sau những lý thuyết về scrum; tuy

nhiên, chúng tôi cố gắng giúp người tham dự Startup Weekend chọn một số công cụ mà họ thấy hữu ích trong suốt 54 giờ đồng hồ với chúng tôi.



Người sáng lập Plane.ly Nick Martin trước đây đã có kinh nghiệm làm việc với một kiểu mô hình quản lý dự án khác là phương pháp thác nước (waterfall method). Điều này xảy ra khi bạn chỉ định một loạt chức năng mà website cần phải có ngay từ đầu. Về cơ bản, bạn đưa vào càng nhiều tính năng càng tốt; sau đó, các tính năng này thông qua các nhà thiết kế, và rồi đến các lập trình viên. Những người này xây dựng sản phẩm trong một khoảng thời gian nhất định cho đến khi hoàn thành. Sau đó, có một nhóm khác đảm nhận việc kiểm tra. Sau khi được kiểm tra và ký kết, nó mới đi vào sản xuất và được phát hành.

Martin cho biết ông nhanh chóng nản lòng với mô hình này và giải thích rằng "vấn đề xảy ra với phương pháp thác nước là khi bộ tính năng đang được phát triển và thử nghiệm, các nhà thiết kế thường đưa ra một số ý tưởng tuyệt vời mà họ muốn đưa vào tổ hợp các chức năng". Và bạn phải nói với các nhà thiết kế rằng họ không thể tích hợp những ý tưởng mới vì đã quá muộn; hoặc, hãy tìm cách kết hợp các ý tưởng, nhưng phần còn lại của cả nhóm lại không sẵn sàng cho điều đó. Những ý tưởng mới này sẽ được đưa qua các giai đoạn phát triển và thử nghiệm. Và rồi một nhóm khác sẽ lại kiểm tra lại. Martin nói: "Trừ khi bạn là người có kỷ luật, bạn thường rơi vào tình huống mà không có gì được ra mắt."

Martin nhớ tới một doanh nhân đặc biệt khó tính mà anh từng gặp khi khởi nghiệp ở Úc. "Chúng tôi đã có một người quản lý sản phẩm đầy cảm hứng, người chịu trách nhiệm cho việc thiết kế sản phẩm và tất cả các tính năng mà chúng tôi đã hợp nhất. Bộ não của ông không bao giờ ngừng tư duy, và ông luôn đưa ra những ý tưởng mới." Mặc dù điều này có vẻ như là một điều tốt về nguyên tắc, Martin nhớ lại: "Tôi chịu trách nhiệm kiểm tra sản phẩm, vì vậy tôi phải thử nghiệm các đặc tính kỹ thuật mà ông đã viết, nhưng sau đó ông ấy sẽ viết một phiên bản khác trước khi tôi kịp cải thiện bất cứ thứ gì."

Sử dụng các kỹ thuật quản lý dự án khác có thể giúp đội ngũ của bạn tránh được sự thất vọng này. Bảng scrum, mà chúng ta đã nhắc tới ở chương trước, là một công cụ cho thấy sự hiệu quả trong việc tránh những kiểu tranh cãi nội bộ. Đó là cách tổ chức công việc theo loại và giai đoạn trong suốt quá trình. Ví dụ, một công việc marketing bắt đầu từ "cần phải làm" đến "đang tiến triển" và chuyển sang "đã xong". Đó là một cách để hình dung

mỗi người đang ở đâu trên cả bức tranh tổng thể. Điều đó có nghĩa là bạn chỉ cần nhìn vào bảng là biết đồng nghiệp của mình đang ở giai đoạn nào và đang làm gì. Nói cách khác, bạn không cần phải làm phiền đồng nghiệp để biết tình trạng của họ.

Khi những công đoạn nước rút hoàn thành thì sản phẩm có thể được phát hành. Tư tưởng quan trọng nhất đằng sau phương pháp này là phát hành sớm, phát hành thường xuyên. Không ngồi ngâm ý tưởng hoặc sản phẩm của bạn quá lâu. Hãy để khách hàng xem chúng, cho bạn phản hồi và sau đó thay đổi sản phẩm để thích ứng với nhu cầu của họ.

Startup Weekend đã mô phỏng công dụng của một số công cụ này. Nếu bạn tình nguyện làm một nhiệm vụ đặc biệt nào đó cho nhóm của mình, thì bạn phải hoàn thành nó. Mọi người đều biết chính xác họ chịu trách nhiệm cho nhiệm vụ gì. Jim Benson, tư vấn viên cho các công ty lớn như Comcast, giải thích tại sao ông thích Startup Weekend: "Bạn đến với một hệ thống tôn trọng quyền bình đẳng. Bạn thừa nhận rằng khi đồng đội của bạn nói: 'Tôi có thể làm điều này', thì họ sẽ làm được. Và do tần suất các bạn kiểm tra công việc của nhau là rất cao nên bạn ngay lập tức biết rằng liệu người nào đó có thể thực hiện đúng những lời hứa hẹn hay không."

Benson nói: "Mọi người phải rất trung thực về khả năng của họ, bởi không có thời gian để lấp liếm nó." Ví dụ, ông nói: "Nếu bạn nói: 'Bây giờ tôi sẽ nấu cho bạn món thịt gà, và sau đó bạn không biết làm thế nào để nấu một con gà, thì chẳng mấy chốc người ta sẽ phát hiện ra là bạn bỏ nguyên con gà vào lò vi sóng."

GIAO TIẾP LÀ CHÌA KHÓA

Việc động não ban đầu là cần thiết để làm ra được bảng scrum, hoặc bất kỳ loại biểu đồ tương tự nào, đồng thời nó khuyến khích mọi người nói lên ý tưởng của mình. Thông thường, một hoặc hai người có khuynh hướng nổi trội hơn hẳn khi trò chuyện trong các nhóm lớn dưới áp lực về thời gian. Những cá nhân này có thể thông minh hoặc đơn giản chỉ là do giọng nói của họ; tuy nhiên, họ có xu hướng lấn át các thành viên khác và khiến họ ngại tham gia cuộc trò chuyện. Chúng tôi khá tự tin rằng chỉ những người đến Startup Weekend mới có cơ hội đóng góp cho đội. Vì vậy, điều quan trọng là phải nghe tất cả mọi người, đặc biệt là ngay từ lúc bắt đầu.

Jeremy Lightsmith nói rằng một trong những vấn đề lớn nhất mà ông nhìn thấy ở các công ty khởi nghiệp đều liên quan đến giao tiếp. Nói tóm lại, ai đó không được nghe, hoặc có sự trùng lặp trong một dự án. Một phần của nhóm đã không được thông báo về một số thông tin quan trọng.

Một cựu doanh nhân khởi nghiệp có nói với chúng tôi rằng ông sẽ dẫn dắt cả đội nếu họ đang thảo luận ý tưởng, nhưng chỉ theo một cách cụ thể: "Cách tôi làm việc trong những ngày này là dẫn dắt các cuộc hội thảo bằng những mảnh giấy màu nâu trên tường. Sau đó, tôi đưa cho mọi người một tập giấy ghi chú." Người lãnh đạo đặt vấn đề, và rồi hỏi tất cả mọi người trong nhóm về cách họ sẽ giải quyết nó. Ông nói: "Đó sẽ không phải là ý tưởng của tôi; mà là ý tưởng của tất cả mọi người. Cuối cùng, tôi sẽ là người chịu trách nhiệm cho kết quả, nhưng nó sẽ được hỗ trợ bởi những người khác."

Cách tiếp cận này còn có các lợi ích khác; đầu tiên, nó đặt ra cách thức mà cả nhóm sẽ làm việc. Bất cứ ai cũng có thể cảm thấy

thoải mái khi chia sẻ ý tưởng của mình qua khóa học cuối tuần. Bên cạnh đó, đôi khi mọi người chỉ có những ý tưởng này một cách vô thức. Ngay cả khi nhóm không có thời gian để hoàn thành mọi ý tưởng vào cuối tuần, chỉ cần vẫn mang ý tưởng trong đầu thì mọi người vẫn có thể quay lại với chúng sau này.

Các kỹ thuật mà chúng tôi khuyến khích mọi người sử dụng trong Startup Weekend cũng có thể giúp họ trở thành một lãnh đạo hiệu quả hơn. Trong một phương pháp truyền thống về quản lý dự án, mọi thứ được lên kế hoạch trước, và bất kỳ thay đổi nào trong quá trình thực hiện thường đến từ nhóm lãnh đạo. Tuy nhiên, việc tiến hành phát triển khách hàng rộng rãi, sau đó, chỉ phát hành sản phẩm khả thi tối thiểu có thể cho phép các nhà sáng lập loại bỏ một số thất vọng mà các đồng nghiệp của họ sẽ cảm thấy trong quá trình này. Sẽ có nhiều đầu vào từ cả nhóm khi bắt đầu quá trình. Sau đó, bất kỳ thay đổi nào xảy ra sẽ dựa trên việc tập hợp các bằng chứng mới – chứ không phải là một chút cảm hứng lóe lên ở trưởng nhóm trong khi những người khác đang làm công việc của họ. Cách mà một số lãnh đạo tự nhiên thay đổi suy nghĩ có thể dẫn đến sự thất vọng tràn trề ở các đồng nghiệp.

Bạn có thể nghĩ về các khía cạnh khác của cuộc sống khi mà việc thu thập ý kiến nhóm là cần thiết?

Khi cố gắng đạt được sự đồng thuận của nhóm, hãy thực hiện việc thu thập phản hồi trong khi vẫn kiểm soát cuộc tranh luận và

cuối cùng quyết định một kế hoạch hành động.

Một cựu doanh nhân khởi nghiệp đã minh họa điểm này bằng cách thảo luận về sự khác nhau giữa Captain Kirk của Star Trek (Du hành giữa các vì sao) và Jean-Luc Picard của Star Trek:Thế hệ mới. Anh ấy nói:

Kirk là một kiểu anh hùng đô con, nếu có một kế hoạch đi tiêu diệt một số tên người hoài hành tinh, anh ta sẽ là người xung phong làm chỉ huy ngay từ đầu, và anh ta sẽ là người đầu tiên nói: "Chọn tôi, Scotty." Mặt khác Picard sẽ luôn ở lại tàu và cho phép những người của ông đưa ra những ý tưởng và hưởng mọi vinh quang. Ông ấy chỉ ngồi lại, hỏi ý kiến và chọn cái tốt nhất.

Nói cách khác, nhà lãnh đạo giỏi nhất là những người biết khai phá năng lực và tiềm lực trong đội ngũ nhân viên.

Kết hợp giữa nhịp độ tại Startup Weekend với một trong những phương pháp linh hoạt trong việc phân chia nhiệm vụ khiến cho mọi thứ trở nên minh bạch hơn. Và điều đó mang lại những lợi ích tuyệt vời cho những người mới khởi nghiệp.

BÁM LẤY NHỮNG ĐIỀU CƠ BẢN

Nick Martin thực sự đã đọc rất nhiều về các phương pháp tiếp cận tinh gọn và linh hoạt trong kinh doanh trước khi đến Startup Weekend. Ông nói: "Tôi đã rất háo hức bắt tay vào thử nghiệm chúng. Khái niệm chiếm lĩnh khách hàng sẵn sàng trả tiền cho sản phẩm của bạn trước khi bạn bắt đầu phát triển sản phẩm đó là hoàn toàn có ý nghĩa. Đó là một ý tưởng cực kỳ hấp dẫn đối với bất cứ ai đang điều hành một doanh nghiệp."

Phương pháp tinh gọn hay linh hoạt hướng dẫn người sáng lập đầu tư vào việc duy trì hoạt động nhỏ, tinh giản, kết hợp với phản hồi của khách hàng và thường xuyên thay đổi. Mục đích là để lắng nghe khách hàng, thích ứng nhanh chóng nhưng vẫn giữ vững năng lực cốt lõi của bạn. Mặc dù nhiều lý thuyết tinh gọn/linh hoạt là lý tưởng cho các công ty non trẻ vẫn còn trong quá trình thâm nhập thị trường theo một cách linh động và có phần mơ hồ hoặc đang ở trong giai đoạn phát triển ban đầu, nhưng việc giới thiệu chúng trong các sự kiện như Startup Weekend là hoàn toàn hợp lý.

Theo một nghĩa nào đó, các nhóm và các ý tưởng tại Startup Weekend đều ở trạng thái tiền tinh gọn/linh hoạt. Những ý tưởng (hoặc mơ ước) được trình bày cách đây vài giờ, và các thành viên trong nhóm đều là những người lạ khi họ đến dự sự kiện. Có thể hơi sớm để trông mong vào việc tuân thủ các phương pháp tinh gọn khi mà bạn vẫn đang cố gắng giải thích sản phẩm hay dịch vụ của bạn là gì. Nhưng các phương pháp tinh gọn/linh hoạt vẫn rất hữu ích cho các doanh nghiệp lâu đời. Các nguyên tắc sắp xếp một cách hợp lý các hoạt động, tổ chức các dự án theo vòng đời của nhiệm vụ chứ không phải theo năng lực, kết hợp phản hồi của khách hàng và xoay vòng sớm thường rất quan trọng.

Tại Startup Weekend, chúng tôi muốn mọi người hình dung sự phát triển của một công ty khởi nghiệp như là một vòng lặp. Hãy đưa ra một ý tưởng, hỏi mọi người về nó, phát hành một sản phẩm khả thi tối thiểu, yêu cầu mọi người kiểm tra, sửa đổi lại sản phẩm và yêu cầu họ kiểm tra lại. Quá trình tinh lọc này cho phép bạn sửa sai nhanh chóng. Nếu người tham gia Startup Weekend bắt đầu sử dụng các quy trình này sớm, thì họ sẽ học cách tích hợp chúng vào tất cả các hoạt động kinh doanh của họ.

Thú vị thay, một trong những lĩnh vực mà mọi người thường xoay quanh là việc kiếm tiền. Dù vấn đề bạn kiếm tiền như thế nào là chìa khóa cho toàn bộ doanh nghiệp trong một kế hoạch kinh doanh truyền thống, tuy nhiên, phải có sự khác biệt về cách suy nghĩ khi khởi nghiệp. Ví dụ, trong khi các cá nhân có thể không sẵn sàng trả tiền cho một trang web cho phép họ cùng tiết kiệm cho chuyến du lịch nhóm, các công ty du lịch sẽ quan tâm đến việc tiếp cận các nhóm đó. Google là một công cụ tìm kiếm tuyệt vời nhưng bạn không phải trả tiền cho nó mà chính là các công ty muốn quảng cáo của họ xuất hiện khi bạn tìm kiếm.

Nick Martin không chắc chắn rằng các cá nhân sẽ sẵn sàng trả một khoản tiền cho một dịch vụ cho phép họ gặp gỡ những người khác ở sân bay hay không. Mặc dù trang web đã được ra mắt vài tháng nhưng nhóm của ông vẫn đang loay hoay với câu hỏi ai sẽ trả tiền cho dịch vụ của họ. Gần đây, Martin đã bắt đầu xem xét thực tế là các tập đoàn đa quốc gia có thể là khách hàng chính của mình. Một trong những người dùng của ông đã hỏi ông về khả năng này. Anh ấy nói: “Tôi đã gọi họ và phỏng vấn người dùng để hiểu vấn đề của họ là gì. Bây giờ tôi đang lặp lại quá trình đó với càng nhiều công ty đa quốc gia càng tốt.”

Martin đã sử dụng những ý tưởng tinh gọn/linh hoạt này kể từ khi ông thành lập công ty. Thật khó để bắt đầu sử dụng những ý tưởng này khi bạn đang điều hành một doanh nghiệp, đặc biệt là khi nó đã nhận được một số khoản đầu tư. Các nhà đầu tư mong đợi một sản phẩm với các tính năng đặc biệt tại một thời điểm cụ thể, ngoài các khoản lợi nhuận. Nếu bạn xóa bỏ toàn bộ kế hoạch và quyết định quay trở lại với khách hàng giữa chừng thì chắc hẳn các nhà đầu tư sẽ không hài lòng.

Đây chính là lý do tại sao Startup Weekend là nơi hoàn hảo để kiểm tra một số vấn đề này. Nhóm của bạn có chia rẽ về một tính năng khả thi không? Bạn có biết người thiết kế đồ họa ngồi bên cạnh bạn đang làm gì và nó liên quan đến công việc của bạn như thế nào không ? Bạn có cảm thấy bị choáng ngợp bởi số lượng công việc bạn cần phải được hoàn thành? Trong tất cả các tình huống này – tình huống mà mỗi nhóm Startup Weekend phải đối mặt ít nhất một lần – phương pháp tinh gọn/linh hoạt có thể hỗ trợ việc ra quyết định, phát triển sản phẩm/dịch vụ và quản lý công việc. Việc áp dụng các công cụ và phương pháp này không làm gia tăng kết quả trong 54 giờ căng thẳng ở Startup Weekend; tuy nhiên, nó sẽ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm. Đó có thể là một khác biệt to lớn với ban giám khảo, những người đang cố gắng xác định khả năng sinh tồn trong tương lai của công ty khởi nghiệp của bạn.

Bạn cũng có thể kết hợp các công cụ tinh gọn/linh hoạt này vào cuộc sống hằng ngày. Lần tiếp theo mà bạn đang viết một bài luận văn hoặc sắp xếp các bộ trang phục cho buổi diễn của đứa con 12 tuổi, hãy tạo một bảng scrum để hình dung tiến triển của dự án và biết được bạn phải làm gì tiếp theo.

Chúng tôi đã nhấn mạnh rất nhiều về thời hạn tại Startup Weekend; chúng rõ ràng là một tính năng nổi bật. Tuy nhiên, nên dành thời gian để tổ chức nhóm của bạn thay vì bắt tay ngay vào dự án. Có vẻ như bạn đang lãng phí những phút quý giá khi làm việc này, nhưng nó có thể thực sự giúp ích trong thời gian dài (tức là 24 giờ tiếp theo) khi mà áp lực tăng cao. Bạn có thể thiết lập quá

trình này khi mà mọi việc đang khá nhẹ nhàng, và bám vào nó để vượt qua những lúc căng thẳng.

MẢNH GHÉP CÒN SÓT CỦA CHƯƠNG TRÌNH HỌC DÀNH CHO CÁC DOANH NHÂN

Sự khác biệt giữa các doanh nghiệp khởi nghiệp và các công ty lớn lâu đời không chỉ dừng lại trong cách ra mắt sản phẩm. Nó còn là sự hiện diện của vốn đầu cơ. Số tiền mà các công ty khởi nghiệp cần không phải tới từ các ngân hàng lớn hay ngân hàng truyền thống. Steve Blank giải thích: "Nếu bạn đi vào ngân hàng và nói: 'Nghe này, tôi có được danh mục đầu tư mà tôi muốn đầu tư, và 90% doanh nghiệp trong đó sẽ thất bại,' họ sẽ cười bạn và đuổi bạn ra khỏi phòng. Đây là một loại tài sản tài chính thực sự dựa vào rủi ro." Những người cấp tiền hoạt động việc khởi nghiệp rất hiếm trong đó, họ coi việc góp vốn cho những công ty khởi nghiệp này là siêu lợi nhuận mặc dù tỷ lệ phần trăm thành công cuối cùng các doanh nghiệp vô cùng nhỏ.

Đây cũng là cách mà họ được tài trợ. Nếu bạn là người có một nền tảng kinh doanh tốt, việc nghĩ bạn sẽ đầu tư vào các dự án có tỷ lệ thất bại cao như vậy có thể được xem là vô lý. Nhưng các nhà đầu tư thiên thần và các nhà đầu tư mạo hiểm đã đi tiên phong với tư duy mới về những khoản đầu tư này. Họ cố gắng cung cấp các khoản tiền nhỏ và phát tán rủi ro cho nhiều dự án, và mong đợi lợi nhuận cao từ các dự án thành công. Startup Weekend cố gắng đưa những cố vấn từ lĩnh vực tài chính khởi nghiệp đến để giúp các nhà sáng lập hiểu cách các khoản tài trợ hoạt động như thế nào trong phân khúc kinh doanh này.

Còn có những phần khác của chương trình kinh doanh này chưa được trình bày. Một vấn đề quan trọng là làm thế nào để thuê đúng người cho công ty khởi nghiệp. Các công ty khởi nghiệp hầu như không có tiền để thuê một số chuyên gia nhân sự. Và phần lớn thì đó không phải là điều họ cần. Việc tìm kiếm đồng nghiệp, đội ngũ nòng cốt cho một công ty khởi nghiệp vô cùng quan trọng trong quy trình – một quá trình thậm chí còn diễn ra trước bước phát triển khách hàng.

Tìm được đồng sáng lập là một phần quan trọng của Startup Weekend. Chúng tôi đã nói một chút về cách làm việc này trong chương về kết nối mạng lưới dựa trên hành động. Nhưng những kỹ năng bạn đang tìm kiếm là gì? Đây có lẽ là điều hiển nhiên, nhưng công ty khởi nghiệp cần những người linh hoạt. Họ không có tiền để trả cho những người đã quá quen thuộc với các công ty lớn, và không có bất kỳ trợ lý nào để giúp đỡ. Mọi người tự photo, vận chuyển, fax và kiểm tra hòm thư v.v... Họ không yêu cầu người khác làm điều đó cho họ.

Sẽ không tránh khỏi những ngày mà mọi người buộc phải làm những gì họ không thoải mái. Sẽ có một cuộc họp lớn nơi mà một người được kỳ vọng sẽ trình bày nhưng chẳng may bị bệnh và người khác phải thay thế. Sẽ có một dự án cần phải hoàn thành nhanh chóng và do đó, các nhà thiết kế bị lôi ra khỏi công việc họ đang làm để giúp đỡ đội marketing. Bạn cần những người sẽ làm việc vì một ý tưởng như thể cuộc sống của họ phụ thuộc vào nó nhưng sau đó, phản xạ rất nhanh khi khách hàng nói rằng họ cần một cái gì đó khác, và làm theo ý tưởng mới với cùng một thái độ. Bạn cần những người tôn trọng lẫn nhau và làm việc với nhau trong những không gian nhỏ, dưới những hạn chót chặt chẽ mà không tốn nhiều tiền. Có thể sẽ không có cuốn giáo trình nào giải

thích cách tìm những người này nhưng đây chính là điểm mà Startup Weekend có thể giúp bạn lấp đầy những phần còn thiếu trong chương trình đào tạo dành cho các doanh nhân.

5

LẬP BẢN ĐỒ HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP VÀ SỰ TÁI THIẾT TRIỆT ĐỂ

ĐỂ TRỞ THÀNH MỘT DOANH NHÂN cần những yếu tố nào? Đó là một câu hỏi mà rất nhiều người đã tự hỏi chính mình. Liệu rằng khi bạn mới tốt nghiệp, có một công việc ổn định, đã nghỉ hưu, hay cũng có thể khi bạn nằm trong danh sách những người không may mắn bị “cho nghỉ việc” trong cuộc đại suy thoái hay khi bạn đang suy nghĩ về việc rời

khỏi căn phòng làm việc tẻ nhạt để hướng tới ngày mai – bằng cách nào bạn biết rằng mình có đủ các yếu tố cần thiết để khởi nghiệp? Lời khuyên của chúng tôi là: Đừng đợi những khoảnh khắc lóe sáng. Hầu hết mọi người không thể trở thành các doanh nhân thành công chỉ bởi họ có một khoảnh khắc tư duy lóe sáng thần kỳ về một mô hình kinh doanh. Và cũng không có ai sinh ra đã là doanh nhân cả. Không phải vì trước đây bạn chưa từng khởi sự kinh doanh mà bạn không thể làm việc này ngay ngày mai.

Trở thành doanh nhân là một quá trình. Quá trình này không đòi hỏi một cam kết triệt để vào ngày đầu tiên – cũng tương tự như bất kỳ cơ hội công việc nào – thận trọng cũng quan trọng như táo bạo vậy. Trước khi bạn nộp đơn xin thôi việc, dọn dẹp ga-ra và chia sẻ với bạn bè về các kế hoạch của mình, hãy bắt đầu bằng cách thử nghiệm trước đã.

Hãy thử tưởng tượng đột nhiên bạn được trả tiền mà không phải làm bất cứ việc gì. Bạn sẽ làm gì? Một việc nhỏ mà bạn có thể làm bây giờ là gì để đưa bạn đến gần hơn việc biến công việc mơ ước này thành sự thật?

Rất nhiều người tham dự Startup Weekend là những người làm công (lý do chúng tôi tạo ra khung 54 giờ là bởi chúng tôi không thể tổ chức Startup Weekend khi mọi người chưa hoàn thành công việc vào buổi chiều thứ Sáu). Họ có thể ở các mức cao thấp khác nhau của nấc thang sự nghiệp. Họ có thể là luật sư, nhà thiết

kế hoặc chuyên gia marketing. Họ có thể là... bạn! Nhưng đa phần họ đều nghĩ bản thân là người có công việc và có sếp quản lý, mục tiêu nhãn tiền của họ là được trả nhiều hơn với công việc hiện tại hoặc nhanh chóng chuyển sang một công việc có mức lương cao hơn.

Nhưng cuộc đời chúng ta còn nhiều mục tiêu hơn thế. Vì vậy hãy dành ra một phút, thay vì chỉ nghĩ về việc bạn có thể làm gì để được trả lương tốt, hãy nghĩ về việc bạn muốn làm gì và sau đó nghĩ xem bạn có thể làm tốt việc gì.



Đây không phải là một câu chuyện cổ tích; chúng tôi không gợi ý rằng cuộc đời mà bạn mường tượng sẽ là cuộc đời của bạn như một trò ảo thuật. Nhưng thoát ra khỏi cái hộp nhân viên vừa là sự giải thoát vừa giúp bạn quyết định về sự nghiệp của mình mà cuối cùng có thể làm bạn hạnh phúc hơn. Trở thành một doanh nhân tức là quyết định bạn muốn làm gì, bạn có thể làm tốt việc gì, và sau đó tìm cách để ai đó trả tiền cho bạn làm việc đó (theo thứ tự đó). Việc này cần lên kế hoạch, sự sáng tạo và một chút rủi ro.

Con đường kinh doanh thực ra giống một cái thang. Bước lên bậc thang trên có thể khó khăn hơn bậc thang dưới. Tất nhiên, ai cũng sẽ có những pha mạo hiểm trên đường đi, nhưng chúng tôi muốn giúp các bạn không bị mắc kẹt giữa các bậc thang. Chúng tôi muốn các bạn sử dụng cái thang mà chúng tôi sẽ miêu tả sau đây để xác định các bạn đang ở đâu và đang đi đâu.

BƯỚC NHẢY VỌT VÀO CUỘC SỐNG DOANH NHÂN

Vì vậy, bước đầu tiên để trở thành doanh nhân – thực hiện bước nhảy vọt vào cuộc sống doanh nhân – cần cân nhắc rất kỹ lưỡng. Nhưng việc này cũng cần tìm hiểu bên ngoài. Hãy tìm hiểu nhiều nhất có thể về thế giới khởi nghiệp. Bạn có thể bắt đầu bằng việc chọn lấy một cuốn sách (ồ đúng rồi, bạn đã làm việc này). Tuy nhiên cũng có rất nhiều sự kiện và dự án giúp bạn tìm hiểu thêm về việc kinh doanh. Ví dụ như hãy thử trải nghiệm Tuần lễ Doanh nhân Toàn cầu (Global Entrepreneurship Week). Đó là ý tưởng của Quỹ Kauffman, với gần nửa triệu người tham gia vào năm 2010 trong hơn 3.200 hoạt động để thúc đẩy tinh thần doanh nhân. Các trường trung học, cao đẳng, cơ quan chính phủ và công ty đều ủng hộ những hoạt động này, gồm các sự kiện trực tuyến

và trực tiếp, các cuộc thi quy mô lớn cùng những buổi gặp gỡ kết nối nhỏ. Quy mô đó chỉ dừng lại ở nước Mỹ. Có các sự kiện ở hơn 100 quốc gia với 35.000 tổ chức trên toàn thế giới là một phần của Tuần lễ Doanh nhân Toàn cầu. Mục đích của các sự kiện này không chỉ là mở các công ty mới, mặc dù nhiều sự kiện có mục đích như vậy; mà là để đảm bảo rằng mọi người có nhiều cơ hội khám phá tiềm năng trở thành những người tự khởi nghiệp.

Các sự kiện khác tương tự như Chương trình Kích hoạt (Ignite), ở đó những người tham gia có năm phút để chia sẻ một ý tưởng với đám đông địa phương. "Người kích hoạt" có thể gặp gỡ các doanh nhân khác, lắng nghe những sáng kiến thú vị ở quê hương họ và cảm nhận bầu không khí trong một căn phòng toàn những doanh nhân. Hoặc là TED, một sự kiện nhằm thúc đẩy việc truyền bá các ý tưởng mới thông qua các hội thảo và bài thuyết giảng trên toàn thế giới. Cũng có các cuộc thi về kế hoạch kinh doanh mà một người có thể tham gia để biết về môi trường doanh nhân. Và nếu như bạn muốn biết các sự kiện này như thế nào mà không cần ra khỏi nhà thì có thể xem các sự kiện Tuần lễ Doanh nhân Toàn cầu, chương trình kích hoạt và TED trên Youtube. Nhưng thực sự là bạn nên đến đó chứng kiến tận mắt. Đáng để làm như vậy.

Bạn biết mình là một doanh nhân khi thực sự nghĩ về việc từ bỏ công việc hiện tại, khi tiền không còn là động lực chính của bạn nữa, khi mà bạn bị thôi thúc bởi đam mê và không điều gì ngăn bạn thực hiện điều sẽ làm thay đổi thế giới!

BƯỚC NHẢY VỌT CỦA NGƯỜI ĐỒNG SÁNG LẬP

Chúng tôi thường nhận được câu hỏi: Tôi có nên đến Startup Weekend nếu tôi không có ý tưởng để trình bày không? Câu trả

lời là Có! Chỉ có một phần ba những người tham gia Startup Weekend đưa ra ý tưởng. Mọi người có thể hình dung một doanh nhân không có ý tưởng giống như một người đạp xe mà không có xe đạp, thì ở Startup Weekend, chúng tôi đã nhắc đi nhắc lại một sự thật: Ý tưởng là quan trọng, nhưng đội nhóm mới là thiết yếu.

Các bản tin có đầy rẫy những câu chuyện về các doanh nhân tự bám lấy giấc mơ của mình và làm việc không mệt mỏi, qua nhiều năm và chống lại mọi thứ để chứng minh rằng tất cả những người phản đối anh ta đều sai. Chúng tôi nghe được rằng những Mark Zuckerberg được ca ngợi là những thiên tài cứng cỏi (và họ đúng là như thế); nhưng đó chỉ là một nửa của câu chuyện.

Ngay cả những người có tầm nhìn xa trông rộng cũng cần có một đội nhóm những người làm việc để đưa ý tưởng chuyển đổi mô hình, ý tưởng hoàn toàn mới của họ vào cuộc sống. Từ những người hướng dẫn đến các nhà đầu tư, luật sư, các nhân viên, và nhà đồng sáng lập, có rất nhiều người tham gia vào ngay cả việc khởi nghiệp khiêm nhường nhất. Và tại Startup Weekend, chúng tôi tin tưởng rằng những người cùng nhóm có niềm tin vào nhau và tầm nhìn chung về tương lai sẽ có cơ hội trở thành doanh nhân thành công nhất. Tất nhiên, ý tưởng phía sau mới quan trọng, nhưng chỉ khi nó đứng trên vai của một nhóm người thực sự ưu tú và có khả năng thực hiện nó!

Bởi vì đội nhóm rất quan trọng – và sẽ còn quan trọng hơn trong tương lai, khi việc tiếp cận với công nghệ, thông tin và nguồn lực ngày càng sẵn có hơn – Startup Weekend cam kết làm hết sức có thể để tiếp nhận những người giỏi nhất đến các sự kiện của chúng tôi. Hiện tại, hơn một nửa trong số những người tham gia Startup Weekend đưa ra một ý tưởng tại các sự kiện của chúng tôi; chúng

tôi mong muốn con số này sẽ tăng lên trong tương lai. Trong khi chỉ có một tỷ lệ nhất định các ý tưởng được lựa chọn để hình thành đội nhóm, chúng tôi tin rằng càng nhiều ý tưởng được đưa ra thì càng có nhiều người tham dự trở nên sáng tạo và cam kết trở thành doanh nhân. Rõ ràng, mỗi đội nhóm chỉ có thể giải quyết một ý tưởng trong một cuối tuần. Tuy nhiên, nếu mỗi người trong nhóm đã đưa ra một ý tưởng, thì việc này nói lên điều gì về tiềm năng sáng tạo của mỗi thành viên trong nhóm, bất kể họ là nhà phát triển, nhà thiết kế hoặc người quản lý sản phẩm?

Trong tương lai, Startup Weekend mong muốn làm được nhiều hơn nữa để hỗ trợ các đội nhóm có tiềm năng lớn, bất kể ý tưởng của họ là gì, bởi họ làm việc để đưa công ty khởi nghiệp của họ lên nấc thang tiếp theo. Bắt đầu từ mạng lưới những người hướng dẫn, đến các đối tác của chúng tôi, những vườn ươm và chuyên gia hỗ trợ, đến cả việc chúng tôi tham gia vào các chương trình quan trọng như Startup America, Startup Weekend sẽ kết nối các cựu sinh viên với các nguồn lực mà họ cần nhất để phát triển.

Cuối cùng, cách tốt nhất để biết được liệu bạn có yếu tố cần thiết để trở thành doanh nhân hay không là gặp gỡ các doanh nhân khác và trò chuyện với họ về việc họ làm và việc mà bạn có thể làm được. Bây giờ chúng tôi nhận ra rằng đây là một dạng đột phá nội tại.

Các họa sỹ trò chuyện với các họa sỹ khác, những vận động viên trò chuyện với các vận động viên khác, các thầy cô giáo nói

chuyện với các thầy cô giáo khác. Tại sao các doanh nhân lại không nên trò chuyện với các doanh nhân khác?

Chỉ cách đây vài thập kỷ, các doanh nhân thường có trụ sở tại tầng hầm hoặc ga-ra của mình, và họ thường chỉ có một mình. Khi máy tính cá nhân trở thành một phần của cuộc sống hằng ngày, các nhà lập trình bắt đầu gặp gỡ nhau, nhưng thường (và chúng tôi chỉ nói quá một chút thôi) chỉ là để chơi trò chơi điện tử và thỏa vui thú lập trình. Văn hóa này vẫn là của đại đa số nam giới và hầu hết chỉ có các giao tiếp trên nền tảng máy tính. Và ngay cả khi con người thời đó có máy tính thì cũng không có kết nối xã hội; vì vậy các doanh nhân bị hạn chế làm việc với những người ở ngay gần họ (ví dụ như một anh ở ga-ra kế bên). Đây không phải bởi vì họ không thể giao tiếp với nhau; mà đơn giản là khoảng cách làm cho mọi thứ gian nan và đắt đỏ hơn. (Các bạn có nhớ chúng ta đã phải trả thêm phí cho những cuộc điện thoại đường dài không?). Mạng lưới của chúng ta đã từng phụ thuộc nhiều hơn vào vị trí của chúng ta. Ví dụ như, ngay cả khi chúng ta tốt nghiệp một trường kinh doanh ở phía bên kia đất nước, thì việc tìm được một số lượng lớn cựu sinh viên để cùng làm một dự án là điều khó (trừ một vài thành phố).

Điều mà Startup Weekend đã làm được là tập trung được những người có lý lịch khác nhau – nhà phát triển, doanh nhân, họa sỹ, nhà thiết kế, luật sư,... – và khuyến khích họ nói về sở thích chung đối với tinh thần doanh nhân. Nó gần giống như việc chúng tôi gõ nhiều cánh cửa ga-ra, đưa mọi người ra ngoài và giao du.

Đó là bước tiếp theo trong cuộc cách mạng của một doanh nhân – bước nhảy vọt của người đồng sáng lập. Đây là bước mà mọi người đã học được nhiều hơn về các công ty khởi nghiệp và đã quyết định đã đến lúc họ gặp đúng người và đưa ra ý tưởng của mình, hoặc là tham gia vào ý tưởng của người khác.

Đây chính là nơi diễn ra Startup Weekend. Đó là khi mà bạn bắt đầu hẹn hò – khi bạn tìm ra người mình thích và người đó cũng thích bạn. Khi bạn là người mới với thế giới doanh nhân này, quan trọng không chỉ là gặp mọi người, mà còn là gặp đúng người. Bạn cần tìm người thực sự có niềm đam mê với tinh thần doanh nhân, người bổ trợ cho hệ kỹ năng của bạn, và người mà ở thời điểm trong sự nghiệp và cuộc sống riêng tư có thể dành thời gian (có thể là không phải toàn bộ thời gian của họ) để bắt đầu một công ty khởi nghiệp.

Ngoài Startup Weekend, có những sự kiện như Gặp gỡ Cà phê 2.0 (Coffee 2.0 meetups), Đồ uống Khởi nghiệp (Startup Drinks), Hẹn hò với Người sáng lập (Founder Dating), Phụ nữ 2.0 (Women 2.0) và hàng trăm các sáng kiến ở địa phương khác được thiết kế nhằm giúp các doanh nhân liên hệ được với những người có khả năng, sẵn lòng và cùng chung suy nghĩ.

Điều quan trọng nhất trong các sáng kiến này mà bạn cần nhớ là bạn phải trò chuyện với mọi người và chia sẻ các ý tưởng. Có một truyền thống lâu năm ở các doanh nhân là họ phải giữ bí mật về các ý tưởng của mình. Thực tế, mọi người thường đi vòng quanh với các thỏa thuận bảo mật. Đây không phải là cách hiệu quả để tìm được người đồng sáng lập hoặc đồng nghiệp – hoặc thậm chí là tìm ra rằng ý tưởng của bạn đáng giá điều gì. Nếu bạn im lặng thì người mà bạn trò chuyện cùng cũng sẽ im lặng.

Vì vậy, chúng tôi khuyến khích việc tin tưởng vào những người tham gia Startup Weekend. Ý tưởng của bạn sẽ chẳng có ý nghĩa gì nếu bạn giữ ý tưởng đó cho riêng bạn, và thật phí thời gian của mọi người nếu đến Startup Weekend để tán gẫu về thời tiết.

Gặp gỡ những người khác và thành lập một đội nhóm là cách tuyệt vời để tạo động lực cho bản thân – để thấy rằng bạn không tiếp tục bào chữa cho bản thân bạn. Mọi người nói với chúng tôi rằng họ sẽ không bắt đầu kinh doanh nếu như việc kinh doanh đó không dành cho công việc, gia đình, độ tuổi, nơi cư trú của họ, hoặc bất kỳ cái gì khác. Điều này là lẽ tự nhiên. Nhưng chúng tôi cũng đã từng gặp những người ở cùng hoàn cảnh như vậy, những người đã quyết định rằng họ đã ì đủ lâu và cuối cùng cũng thành công – bạn cũng thể làm như vậy.

Những người đồng sáng lập tin tưởng vào ý tưởng của người khác cũng quan trọng như việc những người đồng sáng lập có một ý tưởng và đang tìm một người khác tin vào nó.

Bạn có gặp khó khăn khi mở đầu ý tưởng của mình không?

Kế hoạch hành động của bạn có phù hợp khi xét đến kỹ năng, nguồn lực và hạn chế của bạn không?

BƯỚC NHẢY VỌT KHỞI NGHIỆP

Bước thứ ba, bước nhảy vọt khởi nghiệp, dành cho những người đã tập hợp được một đội nhóm và đã có những gạch đầu dòng cho ý tưởng kinh doanh. Những người ở bước này cũng là những ứng

cử viên tốt tham gia Startup Weekend. Có một vài đội nhóm đã được thành lập nhưng đang tìm kiếm sự giúp đỡ tại rất nhiều sự kiện của chúng tôi. Có thể họ đã xây dựng được một vài điều ở một Startup Weekend trước, nhưng họ cần phát triển dự án hơn. Những người này có thể dành cuối tuần để phát triển các dự án của họ và đưa ý tưởng lên một nấc cao hơn.

Tiến hành nghiên cứu khách hàng nhiều hơn, hoặc tìm kiếm thêm các nhà phát triển, doanh nhân. Miễn là các đội nhóm đang tìm kiếm những thành viên thực sự chứ không phải lao động tự do, thì những đội nhóm này ở bước nhảy vọt khởi nghiệp có thể tìm được rất nhiều thành phần thiết yếu ở Startup Weekend. Không chỉ người sáng lập mới quan trọng đối với việc khởi nghiệp thành công. Charlie O’Donnell, một trong những cố vấn của Startup Weekend và Giám đốc của First Round Capital tại New York, nói rằng “quan trọng là chọn đúng năm nhân viên đầu tiên”. Theo O’Donnell, “việc xác định được một đội nhóm đúng và chọn được đúng người là điều cực kỳ quan trọng”. Trên thực tế, ông ta nghĩ rằng một trong những điều quan trọng nhất mà một nhà đầu tư mạo hiểm có thể làm là giúp một đội nhóm tuyển được đúng người. Rất nhiều người bị bế tắc khi họ nhận ra mình bị thiếu một nhóm kỹ năng cụ thể. O’Donnell nói rằng, ông có thể nhìn vào một ứng dụng điện thoại, ví dụ như vậy, và cho biết các đội nhóm thiếu người nào. Có thể đó là một nhóm bán hàng, người phát triển sản phẩm hoặc người trải nghiệm khách hàng. Ông nói, dù thế nào đi nữa, kế hoạch đáng lẽ sẽ tốt hơn nếu như toàn bộ đội nhóm đã có đầy đủ ngay từ ban đầu.

Bạn có biết bạn mang đến các kỹ năng và thế mạnh gì cho đội nhóm không?

Bạn có thể xác định các kỹ năng và thế mạnh của các thành viên trong nhóm không?

Bạn có thể xác định các kỹ năng và thế mạnh của bạn không?

Những người đã lập đội nhóm hoàn chỉnh ở Startup Weekend dường như có xu hướng tiếp tục quá trình này. Thực ra phần đông những người tham gia Startup Weekend dự định tiếp tục thực hiện ý tưởng của nhóm họ sau cuối tuần, với 36% báo cáo rằng tất cả các thành viên sẽ tiếp tục làm dự án và 41% báo rằng một vài nhóm nhỏ của đội nhóm sẽ làm điều đó.

Việc chọn được một đội nhóm có năng lực nhất ở cạnh bạn không chỉ quan trọng đối với thành công của bạn từ ban đầu mà nó cũng góp phần quan trọng vào việc khởi nghiệp của bạn sẽ như thế nào về lâu dài. Bạn có thể nghĩ rằng bạn thích làm một mình, nhưng làm một mình nghĩa là việc khởi nghiệp của bạn sẽ phát triển và đi xuống tùy thuộc vào tầm nhìn của bạn chứ không phải của bất cứ ai khác.

Một ngày nào đó bạn sẽ cảm thấy tuyệt vời. Bạn sẽ nghĩ rằng: “Ôi trời! Mình sẽ phát triển toàn bộ những điều này và tạo ra một sản phẩm tuyệt vời. Thật tuyệt vời khi là doanh nhân.” Mặc dù vậy, khi bạn gặp một vài ổ gà trên đường, bạn có thể bắt đầu cảm thấy

tồi tệ. Bạn có thể bắt đầu băn khoăn rằng: “Mình đã làm gì? Mình sẽ không bao giờ làm được. Những ý tưởng này thật kinh khủng.”

Tâm trạng của bạn vào một ngày cụ thể dường như giống như một mối lo ngại không đáng kể vào hiện tại, nhưng hãy tin chúng tôi: Không phải như vậy. Nhiều người hơn trong một nhóm có thể tạo ra trạng thái cân bằng cảm xúc. Không phải mỗi thành viên trong nhóm sẽ cảm thấy tốt hoặc tệ cùng lúc. Là doanh nhân, bạn có thể gặp nhiều khó khăn. Có những lúc không ai tin tưởng bạn. Bạn không có tiền. Bạn mường tượng được điều mà bạn muốn đạt được, nhưng mọi thứ không tiến triển. Sau sáu tháng, một năm, bạn không muốn chỉ một mình bởi bạn không muốn từ bỏ.

Có những phần khác trong hệ sinh thái khởi nghiệp có thể giúp bạn tìm được người mà bạn cần trong đội nhóm và sự trợ giúp mà bạn cần cho tầm nhìn của bạn. Ví dụ như Bar Camps là các hội thảo do người dùng tổ chức nhằm thảo luận không chỉ về những kỹ thuật đổi mới sáng tạo mà còn về các ý tưởng thuộc chính trị, chăm sóc sức khỏe, vận tải và nhiều chủ đề khác. Fail Conferences (Hội thảo về thất bại) mang đến cơ hội lắng nghe từ những doanh nhân có kinh nghiệm và những nhà lãnh đạo khác về một vài sai lầm họ đã mắc phải trên con đường đi tới thành công – những sai lầm mà họ hy vọng sẽ giúp những người khác tránh được. Cả hai phần này đều là những cơ hội tuyệt vời để học được nhiều hơn về môi trường doanh nhân, và để gặp những người mà bạn có thể muốn cùng làm việc trong tương lai.

Chúng ta đang sống trong thời điểm tuyệt vời nhưng cũng đầy thách thức đối với các doanh nhân. Thế giới phẳng hơn. Cùng với việc tiếp cận công nghệ tuyệt vời và rẻ hơn, hầu hết mọi người có ước mơ và một cái máy tính có kết nối Internet có thể tiếp cận

được các khách hàng tiềm năng trên thế giới và bắt đầu bán sản phẩm hoặc dịch vụ của mình với một trang web đơn giản. Thành lập một công ty không còn đơn giản như việc tiếp nhận các sinh viên tốt nghiệp từ Ivy League. Mặt khác, để thông điệp của bạn được biết đến và làm bản thân mình khác đi trong cuộc cạnh tranh có quá nhiều người cùng chia sẻ sản phẩm sáng tạo của họ còn khó khăn hơn. Các doanh nhân không còn chỉ cạnh tranh với cửa hàng trên phố; họ còn cạnh tranh với từng cửa hàng trực tuyến – thậm chí là các cửa hàng mà họ chưa bao giờ nghe tới. Các trải nghiệm như Startup Weekend giúp cho những người tham gia học hỏi nhanh và giành lợi thế trong cuộc cạnh tranh bằng việc cho phép các doanh nhân trẻ cọ sát với hàng tá – thậm chí hàng trăm – các khách hàng tiềm năng, các thành viên đội nhóm tương lai và các cố vấn.

Bạn biết là bạn đã đạt được bước nhảy khởi nghiệp khi mọi người tìm đến bạn và hỏi về sản phẩm tuyệt vời của bạn. Đây là một tín hiệu tốt để bắt đầu tập trung vào bước nhảy vọt gọi vốn. Nếu bạn không có sự tăng trưởng tự nhiên, đây là một dấu hiệu khá tốt cho thấy công ty khởi nghiệp của bạn cần hoạt động. Hãy quay trở lại việc phát triển khách hàng – khách hàng không nói dối!

BƯỚC NHẢY VỌT GỌI VỐN

Hãy cho tôi thấy tiền của bạn? Ồ, vẫn chưa đâu! Chúng tôi nhận ra rằng rất nhiều người sẽ muốn nhìn thấy tiền sớm hơn trong quá trình trở thành một doanh nhân. Họ sẽ kỳ vọng nhận được một vài loại tài trợ càng sớm càng tốt.

Bạn có thể tự hỏi: Sao bước này không phải là bước một hoặc bước hai? Câu trả lời là: Hoàn toàn không. Một phần của hình mẫu

doanh nhân mới là bạn không cần tiền để khởi sự. Bạn cần thời gian và con người. Nhưng bạn không cần tiền.

Lý do của việc này là hầu hết các công ty khởi nghiệp mà chúng tôi đang đề cập tới là các ứng dụng trang điện tử hoặc điện thoại không cần bất kỳ chi phí ban đầu nào. Một doanh nhân kỳ cựu nói với chúng tôi rằng:

Điều tuyệt vời về Startup Weekend là bạn có thể kiếm tiền ngay từ ngày đầu tiên, bởi việc tham gia không mất nhiều tiền và chi phí cho hầu hết các công ty khởi nghiệp về công nghệ gần như là bằng không.

Trong khi hầu hết mọi người đều không nhất thiết phải có lợi nhuận ngay từ đầu, vấn đề là không có lý do gì để tiêu tiền của bạn – hoặc của bất cứ ai khác – cho đến khi bạn có thêm thông tin. Học kiến thức; sau đó mới kiếm các nguồn quỹ.

Như chúng tôi đã thảo luận ở phần trước, bạn thậm chí không cần thực sự tạo ra sản phẩm. Bạn chỉ cần cho mọi người biết sản phẩm là gì để quyết định họ sẽ mua nó hay không. Bạn cần dành thời gian, cả trong cuối tuần và sau đó, trò chuyện với các khách hàng tiềm năng và thử nghiệm các phiên bản ý tưởng khác nhau. Đừng ném cả đống thứ vào tường và xem cái gì dính được; hãy ném từng mảnh vào tường. Nếu có mảnh nào không dính, hãy xem xét nó, điều chỉnh thêm một chút và sau đó ném lại lần nữa.

Điều này sẽ diễn ra rất nhanh chóng – và nên như vậy. Bắt đầu kinh doanh sẽ diễn ra nhanh hơn bạn nghĩ, thậm chí có thể là trong một cuối tuần.Hai trong năm người tham gia Startup Weekend tin rằng ý tưởng của đội nhóm họ có thể sẵn sàng triển khai (được định nghĩa là việc bán, giao dịch đầu tiên hoặc bán ý

tưởng cho một bên thứ ba) trong vòng từ một đến ba tháng, trong khi 28% tin rằng ý tưởng của đội nhóm họ có thể được triển khai trong vòng ít hơn một tháng, và 19% thì cho rằng đội nhóm của họ sẽ cần bốn đến sáu tháng để hoàn thành ý tưởng của mình.

Đây là một tin tuyệt vời, không chỉ theo nghĩa là bạn muốn nhanh chóng tiến đến bước nhảy vọt gọi vốn mà còn bởi bạn sẽ không lãng phí thời gian. Thời gian của bạn rất đáng giá và bạn không nên dành thời gian làm việc với ý tưởng mà cuối cùng sẽ chẳng đi đến đâu cả. Nếu bạn sử dụng kỹ thuật mà chúng tôi đã phân tích ở các chương trước, chắc bạn sẽ tiến tới thành công – hoặc thất bại – nhanh hơn nhiều. Và nếu bạn đi tới thất bại, bạn có thể tiếp tục với một ý tưởng tiếp theo và tìm kiếm thành công.

BƯỚC NHẢY VỌT MỞ RỘNG QUY MÔ

Bây giờ thì, hãy cho rằng bạn đã tập hợp được đội nhóm của mình và nghiên cứu xong. Có lẽ là bạn đã chiến thắng trong Startup Weekend hoặc được bình chọn là "ý tưởng rất có thể kiếm được một triệu đô-la". Hãy cho rằng 150 người tham gia cuối tuần cùng bạn công nhận điều đó. Bước tiếp theo là gì?

Có một vài chương trình ươm mầm người hướng dẫn; có nghĩa là chúng sẽ hỗ trợ các doanh nhân cả về mặt tài chính và đào tạo trong vòng một vài tuần hoặc một vài tháng để xem các ý tưởng của họ có triển khai được hay không. Không dễ để tham gia các chương trình này, nhưng một khi đã tham gia được, bạn được tự do và tự ý dùng kinh nghiệm cố vấn để thực sự theo đuổi dự án của bạn toàn thời gian và bằng cả trái tim. Y-Combinator, Tech Stars và Startup Labs là tất cả những điểm để bước vào thế giới Gọi vốn Khởi nghiệp.

Đây là bước mà ai đó – một người ngoài – thực sự bắt đầu tin vào giấc mơ của bạn. Đó là khi bạn có thể tiến gần hơn đến việc trở thành doanh nhân.

Điều này đưa chúng ta lên bước tiếp theo của chiếc thang doanh nhân – bước nhảy vọt mở rộng quy mô. Các nhà đầu tư mạo hiểm liên tục cân nhắc đến những nhóm và cá nhân bước ra từ những chương trình mà chúng tôi vừa đề cập tới. Trong khi những người hoàn thành các chương trình này không tự động nhận được khoản cấp vốn hạt giống thì lại có nhiều người nhận được. Gặp được người hướng dẫn phù hợp ở các chương trình này có thể là tấm vé giúp bạn tìm được sự hỗ trợ về tài chính.

Chúng tôi rất muốn tạm dừng lại ở đây để nói rằng không phải công ty khởi nghiệp nào cũng cần vốn mạo hiểm. Thực ra, rất ít công ty trong nhóm Fortune 500 nhận được tiền vốn mạo hiểm. Rất nhiều công ty trong số đó phát triển tự nhiên và ổn định theo thời gian mặc dù không có tiền tới từ các nhà đầu tư. Thay vào đó, họ có thu nhập đều đặn từ các nhà đầu tư và sau đó đưa thu nhập đó trở lại kinh doanh. Nhưng có những loại hình công ty mà chỉ có thể nhân rộng nếu họ được rót vốn từ bên ngoài. Có thể đội nhóm của bạn cần thuê nhiều nhân viên hơn, mua máy chủ tốt hơn hoặc có lẽ là bạn đã phát triển quá phạm vi ga-ra của gia đình.

BƯỚC NHẢY VỌT TĂNG TRƯỞNG HƯỚNG NGOẠI

Một khi bạn đã nhân rộng thì thành công của bạn sẽ khá rõ ràng đối với cả bạn và đối thủ. Điều này chỉ ra rằng đã đến lúc cho bước tiếp theo – bước nhảy vọt tăng trưởng hướng ngoại. Đây là thời điểm mà bạn bắt đầu nghĩ về việc mua lại một vài đối thủ, hoặc bị

đối thủ mua lại. Ví dụ như, có rất nhiều công ty khởi sự có sử dụng mô hình mua theo nhóm của Groupon và sau đó được Groupon mua lại. Các công ty khác vẫn sẽ cố gắng cạnh tranh với Groupon ở quy mô nhỏ hơn, có lẽ là bằng việc chiếm lĩnh thị trường ngách. Các doanh nhân khác nhau có cảm giác khác nhau về việc bị mua lại – với người này, đó là rút khỏi thị trường vào thời điểm này, nhưng với người khác, đó là sự thành công vì họ ra đi với một số tiền rất lớn. Nhưng không ít người sẽ chán nản bởi họ đã không thể khiến công ty phát triển hơn. Các doanh nhân cũng có thể đa cảm, và trở nên gắn bó với cả ý tưởng và đội nhóm của họ.

Các bước tiếp theo đối với những người đi tiếp là bước nhảy vọt IPO và bước nhảy vọt Fortune 500. Mặc dù đây là những sự kiện phổ biến nhưng chúng có xảy ra – và là một phần quan trọng của hệ sinh thái khởi nghiệp. Các doanh nhân đã tiến xa đến bước này có thể quay lại và trở thành người hướng dẫn cho các doanh nhân đang bước lên các nấc thang phía sau. Họ có thể cấp vốn hạt giống cho các đội nhóm mới bắt đầu, và họ cũng đại diện với thế giới bên ngoài cho việc một doanh nhân có động lực có thể đạt được những gì. Chúng tôi muốn tạo ra một hệ sinh thái có thể hỗ trợ thành lập thêm nhiều công ty tỷ đô hơn nữa.

NHẢY VỌT THƯỜNG XUYÊN HƠN

Tại Startup Weekend, chúng tôi đã thực hiện mô hình này được một thời gian. Chúng tôi tin rằng đây là một nơi tốt để bắt đầu. Nó cho tất cả chúng tôi trong cộng đồng doanh nhân một hiểu biết chung mà chúng tôi có thể đánh giá mình đang hỗ trợ việc thành lập các công ty khởi nghiệp tốt như thế nào. Ví dụ như chúng ta có thể biết liệu có ai đang bị bế tắc ở một bước cụ thể nào

đó và xác định liệu chúng ta có thể thêm nguồn lực để giúp đỡ họ hay không.

Theo kinh nghiệm của chúng tôi, rất nhiều người bị mắc kẹt giữa bước nhảy vọt vào cuộc sống doanh nhân và bước nhảy vọt gọi vốn, vì họ có xu hướng bỏ qua bước nhảy vọt người đồng sáng lập. Họ giữ khư khư ý tưởng của mình. Họ không biết chắc làm thế nào để thành lập một đội nhóm và tìm đúng người ở đâu. Chúng tôi thấy rằng đây là một thị trường ngách quan trọng cho Startup Weekend. Nhưng chúng tôi cũng muốn có nhiều đội nhóm đã hình thành tham gia vào Startup Weekend để tuyển dụng được nhiều tài năng mới hơn và lắng nghe các góc nhìn tươi mới, cũng như giúp đỡ họ tiến triển hơn trong các dự án đang thực hiện.

Ảnh hưởng lớn nhất của Startup Weekend có thể thấy được ở tầm cộng đồng. Chúng ta càng muốn nghĩ nhiều về tinh thần doanh nhân như là một hiện tượng toàn cầu (và đúng là như vậy) và doanh nhân trên khắp thế giới đang liên hệ với nhau (và đúng thế), chúng ta càng thấy rằng một vài thay đổi thú vị nhất ở tinh thần doanh nhân đang diễn ra ở tầm quốc gia. Với toàn bộ công nghệ sẵn có giúp chúng ta giao tiếp với con người ở phía bên kia Trái đất, chúng ta đã quên mất rằng giao tiếp trực diện quan trọng như thế nào. Thực ra, việc trao đổi ý tưởng, thành lập đội nhóm và phát triển công ty khởi nghiệp hết sức quan trọng.

Ngay bây giờ, các doanh nhân và những người quan tâm đến tinh thần doanh nhân thường cô đơn – hoặc cảm thấy họ cô đơn. Các cộng đồng khởi nghiệp và các chương trình, sáng kiến liên quan thường phân mảnh, vỡ, hoặc không tồn tại, khiến cho các doanh nhân khó tìm được các nguồn lực và sự hỗ trợ mà họ cần.

Bạn có cảm thấy sự ảnh hưởng của việc tác động đến một cộng đồng lớn hơn không? Việc ảnh hưởng đến toàn bộ một cộng đồng khác với việc ảnh hưởng đến một hoặc hai người như thế nào?

Ở cấp độ cao hơn, các thể chế và chương trình lâu đời hơn đã phóng đại thái quá về tinh thần doanh nhân. Vì vậy, họ thực sự không góp phần vào việc tạo ra các liên doanh thành công hoặc văn hóa hỗ trợ tinh thần doanh nhân đích thực. Họ tiếp tục gợi ý rằng một ý tưởng tốt là phần quan trọng nhất trong kinh doanh. Họ khuyến khích các doanh nhân non trẻ luôn giữ ý tưởng bên mình, và họ lo lắng về việc ai có quyền đối với một số tài sản trí tuệ – và tất cả những điều này diễn ra trước cả khi công ty vận hành.

Để chống lại cách suy nghĩ này, Startup Weekend vẫn cố gắng tìm cách không chỉ mang nhiều sự kiện đến nhiều người ở nhiều địa điểm hơn, mà cũng tìm cách để có sự hiện diện lâu bền hơn ở các cộng đồng này. Làm thế nào để chúng ta có thể xây dựng văn hóa tinh thần doanh nhân dài lâu chứ không phải chỉ qua một cuối tuần?

Chúng tôi muốn phối hợp với các thành viên khác của hệ sinh thái tinh thần doanh nhân. Chúng tôi muốn lập ra các sự kiện để giúp các doanh nhân chuẩn bị cho Startup Weekend và hỗ trợ họ về sau. Chúng tôi sẽ có các sự kiện họp mặt cho những người đã từng tham gia trong quá khứ.

Chúng tôi cũng cố gắng đưa vào nhiều kết nối hơn trong cuối tuần. Nếu chỉ làm việc với những người trong đội nhóm của bạn thì bạn không thể tiếp cận được các tài năng khác của những người tham dự Startup Weekend khác. Chúng tôi vẫn đang thử nhiều trò chơi và cuộc thi để khuyến khích mọi người kết nối nhiều hơn ở các sự kiện trong tương lai.

Chúng tôi cũng muốn tất cả mọi người, những ai đã từng tham gia vào sự kiện cuối tuần, có thể tiếp cận toàn bộ mạng lưới tinh thần doanh nhân. Vì vậy, chúng tôi đang thử "trao đổi chéo" – tức là đưa những người từ San Francisco đến Chile hoặc từ Cairo đến New York hoặc Brazil đến Tuy-ni-di – để giúp cho những người tham gia học được nhiều hơn về kinh nghiệm khởi nghiệp trên toàn cầu. Có lẽ điều này sẽ cho họ một vài ý tưởng về việc làm thế nào để khéo léo vượt qua một vài quy định ngặt nghèo mà các tổ chức nhỏ gặp phải, hoặc giúp họ xác định cách mở rộng ý tưởng kinh doanh của mình ở tầm quốc tế. Phải làm gì khi thế giới trở nên quá phẳng và mọi điều khác… Ồ, bạn hiểu được bối cảnh rồi đó.

TƯƠNG LAI CỦA STARTUP WEEKEND

Hãy cùng đến và trải nghiệm một sự kiện Startup Weekend rồi cùng hỏi và tự hỏi: Bước kế tiếp là gì? Trước đây, chúng tôi đã không thể có bất kỳ hình thức hỗ trợ nào sau các chương trình Startup Weekend. Nhưng rồi chúng tôi nhận thấy vào buổi sáng thứ Hai kế tiếp, mọi người thường tự hỏi: Bước tiếp theo là gì? Thực tế là càng có nhiều người hỏi câu hỏi này càng tốt, vì câu hỏi đó tạo ra nhu cầu cho việc tạo ra các chương trình và sáng kiến để có câu trả lời. Việc này giúp thúc đẩy cuộc cách mạng tinh thần doanh nhân từ gốc rễ.

Ngày nay, có rất nhiều câu chuyện về cách chúng tôi khuyến khích tinh thần doanh nhân, cho dù bạn làm việc cho chính phủ, bạn là một nhà đầu tư mạo hiểm, một chính trị gia, một viên chức mẫn cán hay ở trong giới học thuật. Mọi người thường tự hỏi làm thế nào họ có thể đưa tinh thần doanh nhân vào các chương trình đang có và thu được những lợi ích cụ thể. Nhưng chẳng có kế hoạch nào dạng như vậy mà thành công cả. Sự thật là cần phải tác động từ dưới lên.

Tại Startup Weekend, chúng tôi cố gắng kết nối những người từ các mảnh ghép khác nhau trong bức tranh lớn của hệ sinh thái. Trong những năm qua, những người giữ vị trí cao ở bộ máy chính phủ và tổ chức kinh doanh đã có các buổi thuyết trình như tại Davos Forum. Nhưng những hoạt động sự kiện như vậy sẽ không thể thu hút sự quan tâm từ các CEO hay CTO nếu nó được tổ chức ở một thị trấn nhỏ cụ thể. Và những nhân vật tầm cao đó sẽ không có nhiều cơ hội gặp gỡ những doanh nhân đầy nhiệt huyết đang ở giai đoạn bắt đầu sự nghiệp.

Chúng tôi nhận ra rằng các trải nghiệm Startup Weekend mang tính giáo dục với những doanh nhân bởi khi càng nhiều doanh nhân có cơ hội nói chuyện, trao đổi với những nhà đầu tư, các nhà đầu tư tạo ra càng nhiều chương trình hỗ trợ những doanh nhân này và lại tiếp tục có những người mới tham gia. Chúng tôi hy vọng nhiều vào hiệu ứng hòn tuyết lăn này.

QUỸ KHỞI NGHIỆP

Trong tương lai, chúng tôi hy vọng sẽ phát triển các ảnh hưởng của chương trình Startup Weekend bằng cách tạo nên Quỹ Khởi nghiệp (Startup Foundation). Chúng tôi hướng tới việc biến sáng

kiến này trở thành phương cách hiệu quả nhất để đầu tư vào việc phát triển các cộng đồng và hệ sinh thái doanh nhân. Qua việc tập trung vào các thành phố cụ thể, chúng tôi kỳ vọng giúp các doanh nhân gặp nhau nhiều hơn và làm việc cùng nhau thường xuyên hơn. Điều này sẽ thúc đẩy sáng tạo cũng như tạo ra các công việc kinh doanh mới. Bằng cách trao quyền cho các nhà lãnh đạo cộng đồng trên khắp các mạng lưới toàn cầu, chúng tôi kỳ vọng có thể tối đa hóa tác động, học hỏi từ những nỗ lực và đồng bộ ở quy mô lớn.

Với sự hỗ trợ của Quỹ Kauffman, chúng tôi đang lên kế hoạch bổ nhiệm những nhà đồng sáng lập Startup Co-Founders ở 8 thành phố trên khắp thế giới. Những nhà lãnh đạo này sẽ điều phối những hoạt động sự kiện khởi nghiệp khắp nơi nhằm tạo ra nhiều hơn những hoạt động tương tự ở các khu vực cụ thể. Những người này cũng sẽ cố gắng kết nối các nhóm chưa liên kết, bao gồm sinh viên ở các trường đại học, các tổ chức kinh doanh, công ty, không gian làm việc chung, phòng thương mại, các nhà đầu tư, v.v...

Việc giáo dục mọi người về những điều cần thiết để trở thành doanh nhân, cũng như là những điều lớn lao mà tinh thần doanh nhân có thể mang lại cho cộng đồng, là nhân tố cốt tử cho sự hình thành và phát triển của Quỹ Khởi nghiệp. Chúng tôi muốn tạo ra nhiều các nhà truyền bá tư tưởng khởi nghiệp, những người sẽ kết nối bạn bè và đồng nghiệp tới mạng lưới khởi nghiệp.

Một trong những lý do mà chương trình Startup Weekend có thể thành công như vậy là vì chúng tôi đã kết nối mọi người trên cơ sở đa dạng. Nhưng chúng tôi muốn gia tăng sự đa dạng này hơn nữa. Chúng tôi muốn thúc đẩy nội dung mà chúng tôi đã mô tả

trong Chương 4 – nội dung về những thông lệ tốt nhất cho các doanh nhân khởi nghiệp.

Trong mối quan hệ đối tác chiến lược với các nhân vật như Steve Blank và Carl Schramm, chúng tôi đang kiến tạo những phương cách nhằm khuếch tán những ý tưởng này thông qua mạng xã hội, các chương trình huấn luyện và thậm chí là những blog cá nhân như một nền tảng chia sẻ các thành công. Chúng tôi cần tạo ra các thông điệp khắp nơi càng nhiều càng tốt.

Một khía cạnh quan trọng khác của công việc này là nỗ lực có nhiều thông tin hơn về những cách thức mà các đơn vị khởi nghiệp được thiết lập. Mặc dù đã tiến hành những nghiên cứu rộng khắp đồng thời với việc theo sát sự phát triển của các thành viên chương trình Startup Weekend, nhưng chúng tôi thấy rằng còn cần phải học hỏi thêm nhiều điều nữa. Một trong những vai trò then chốt mà Quỹ Khởi nghiệp tập trung hoàn thiện là việc xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin về cách thức xây dựng các công ty khởi nghiệp và cách thức các doanh nhân phát triển. Chúng tôi cũng muốn tiến hành nhiều hơn các phân tích chuyên sâu về việc các hoạt động doanh nhân góp phần tạo ra công ăn việc làm như thế nào.

Chúng tôi sẽ giới thiệu chương trình Quỹ Khởi nghiệp ở 8 thành phố trong năm 2012, và sau đó tiếp tục mở rộng trong năm 2013. Đây sẽ là một thử thách cho chúng tôi. Lý tưởng nhất là chúng tôi muốn thấy một Startup Cofounder điều phối những nỗ lực này ở mọi thành phố lớn trên nước Mỹ cũng như các khu vực khác trên thế giới. Chúng tôi muốn quyết định liệu rằng có thể gia tăng hiệu quả đầu ra cho các doanh nhân cá thể bằng cách củng cố cộng đồng doanh nhân nói chung, và muốn thấy liệu có cách để chúng

tôi giúp mọi người trong hành trình khởi nghiệp. Bởi vậy, nếu bạn nghe thấy tiếng gõ ở cửa ga-ra, bạn sẽ biết đó là ai rồi nhé.

KẾT LUẬN

CUỘC CÁCH MẠNG KHỞI NGHIỆP MUÔN NĂM!

Cuộc cách mạng khởi nghiệp đang diễn ra khắp mọi nơi. Rất nhiều người đang tự hỏi liệu đây có phải một thứ bong bóng chóng vánh khác. Có thể đâu đó vẫn có một thứ bong bóng như vậy, và nó sẽ nổ tung dù sớm hay muộn. Tuy nhiên, cuộc cách mạng về khởi nghiệp được hình thành dựa trên những thay đổi bền vững về công nghệ và kinh doanh. Như cách nhà đầu tư mạo hiểm Charlie O'Donnell nói: "Đã có vô số các chất liệu, nội dung và nguồn lực mở ra cho các doanh nhân. Nếu bạn đang kiếm tìm để bắt đầu một điều gì đó, sẽ không có lời giải thích nào cho việc bạn thiếu thông tin cả." Thay vì trở nên chán nản với việc cố gắng phát triển các ý tưởng một mình, bạn có thể tìm ra những thứ mà các nhà đầu tư mạo hiểm đang sẵn lòng tài trợ. Rất nhiều công ty đầu tư mạo hiểm có blog mô tả các mô hình mà họ có mối quan tâm đầu tư. Toàn bộ các hệ thống hỗ trợ khởi nghiệp đang trở nên minh bạch hơn nhiều trong thời gian gần đây.

Thực tế là, nếu trở lại chỉ 15 năm trước, bạn sẽ thấy hầu hết các đổi mới sáng tạo xảy ra trong phòng thí nghiệm tại các trường đại học. Một số các sinh viên tốt nghiệp có thể phát triển các chip xử lý mới, và nếu hãng đầu tư mạo hiểm đó có một mối quan hệ với phòng thí nghiệm thì chính hãng đó sẽ tài trợ cho dự án. Ngày nay, theo một cách khác, các kết quả đổi mới sáng tạo xảy ra ở khắp mọi nơi. Bất kỳ ai cũng có thể viết code thứ gì đó vào cuối tuần. Các nhà đâu tư phải lộ diện để trao đổi trực diện với mọi người chứ không chỉ tập trung vào xây dựng các mối quan hệ tốt với các phòng thí nghiệm khoa học.

Cũng có một thứ dân chủ hóa doanh nhân trong thời đại ngày nay, và nó bắt đầu với công nghệ. Chỉ với các công cụ trên Google Apps, hoặc thiết lập một tên miền và máy chủ e-mail có thể khiến bạn tạo ra một website và đưa vào hoạt động chỉ trong 10-15 phút. Việc tiếp cận dễ dàng tới những công cụ như thế này là không thể có nếu là năm năm trước. Nhưng ngày nay mọi việc đã thay đổi.

Kế đó, có tất các công cụ cần thiết hiện hữu nhằm giúp các nhà sáng lập công ty. Sự phát triển của ngành quảng cáo trực tuyến – cũng như là khả năng tạo quảng cáo Facebook – đã khai thác triệt để lợi ích của mạng xã hội, và việc thu thập phản hồi của khách hàng đã trở nên cực kỳ cấp thiết trong qua trình chuyển đổi môi trường kinh doanh từ truyền thống sang trực tuyến ngày nay. Chi phí nhằm tìm được quả cầu tiên tri đánh giá sản phẩm của công ty đã giảm xuống mức tối thiểu. Kết quả là, các phương tiện thông tin đại chúng và những phương thức marketing đã trở nên dễ dàng tiếp cận hơn. Các công cụ truyền thông bằng báo chí in và ngành truyền hình cũng muốn cập nhật các vấn đề nóng hổi nhất để họ có thể theo dõi xu hướng trên mạng xã hội sát sao hơn.

Nhưng thậm chí có những nhân tố ảnh hưởng lớn hơn đang hình thành. Ngày trước, nghe rất hợp lý khi bạn muốn có một công việc văn phòng sau khi rời trường phổ thông, thì bạn nên đi học đại học hoặc cao đẳng. Sau đó, bạn sẽ hoặc làm việc ở một công ty hoặc tiếp tục con đường học hành để trở thành tiến sĩ hay luật sư. Con đường là như vậy. Tuy nhiên, ngày nay đã xuất hiện trào lưu các lớp học sáng tạo và văn hóa khởi nghiệp vừa nhận được ảnh hưởng tích cực, vừa đóng góp vào xu thế này. Người ta luôn có thể tự vấn chính mình: Chúng ta hoàn toàn có thể tự hỏi: Này, đợi một chút, tôi giỏi về lĩnh vực gì nhỉ, Tôi muốn làm gì nhỉ, Tôi không muốn trở thành tiến sĩ hay luật sư để tin rằng mình có thể thành công.

Các cuộc đối thoại trên khắp thế giới đang thay đổi về chủ đề này khi chúng ta đang dần nhận ra rằng công việc không phải luôn được tạo ra từ các công ty lớn. Theo đó, giấc mơ tốt nghiệp và làm việc ở Google, rồi phát triển theo đó tới khi bạn đạt được một vị trí quản lý không còn cần thiết nữa.

Trong một phần nào đó, cuộc đại suy thoái đã tạo ra những chuyển biến tư duy kiểu này. Alexis Ringwald, người đã giành chiến thắng trong Startup Weekend đã đi khắp thế giới để ca tụng những lợi ích của tinh thần doanh nhân, đã giải thích điều này: "Tôi cho rằng người Mỹ đang dao động xa dần sự tự mãn của mình. Họ nhận thấy rằng không phải mọi người cần trở thành các chuyên gia ngân hàng đầu tư, hoặc các nhà tư vấn, mà quan trọng là mọi người cần tự tạo ra công việc cho chính mình."

Ringwald không xuất thân từ một gia đình với truyền thống doanh nhân mà có truyền thống nghệ thuật và giáo dục. Bởi vậy, việc tự mở công ty kinh doanh là một điều xa lạ với cô ấy. "Tôi

không biết tí gì về kinh doanh cho đến khi tôi đến Ấn Độ và gặp người mà sau này trở thành nhà đồng sáng lập công ty của chúng tôi. Anh ta là một doanh nhân khởi nghiệp từ Thung lũng Sillion và đó là cách chúng tôi bắt đầu mở công ty, rồi tôi học rất nhiều từ đó." Cô cho biết rằng, trong suốt thời gian học tập tại Yale, ý tưởng mở công ty riêng sau khi tốt nghiệp vẫn được coi là một điều gì đó không theo mạch phát triển của riêng cô.

Cô khuyến khích khán giả khắp nơi tham gia Startup Weekend không chỉ bởi vì nó giống như "tham dự trường doanh nhân", mà còn bởi nó tạo ra sự tự tin: "Startup Weekend nhắc nhở tôi về việc mình có thể can đảm hơn thế nào…, và nó khiến tôi nhận ra là thậm chí chỉ trong hai ngày, bạn có thể bắt đầu thứ gì đó với tiềm năng thay đổi thế giới."

Sự tự tin là điều mà Ringwald luôn nghĩ rằng người Mỹ có thể khai thác nhiều hơn: "Rất nhiều người đang bị sa thải ở Mỹ và tỷ lệ thất nghiệp ở mức cao; tôi cho rằng khi bạn mất việc thì sự tự tin vào bản thân của bạn cũng giảm đi đáng kể. Bạn thậm chí nghĩ rằng mình chẳng còn đáng giá gì cả, các kỹ năng của bạn là vô giá trị, bạn không thể đóng góp, và thậm chí chẳng có gì để mang lại cho xã hội." Ringwald tin rằng tinh thần doanh nhân có thể được sử dụng với sức ảnh hưởng lớn lao để giúp những người đã bị sa thải. Họ có thể đến những nơi như Startup Weekend và "được thuyết phục rằng các kỹ năng của họ có thể đóng góp vào những dự án khác nhau theo một cách nào đó".

Ringwald đặt rất nhiều hy vọng vào Startup Weekend: "Hoạt động này hồi sinh số phận nhiều con người, thứ mà tôi nghĩ cực kỳ quan trọng với những người đang tìm việc làm nhưng mãi không được và đang trở nên tuyệt vọng." Cô cho rằng cuộc cách

mạng về tinh thần doanh nhân có thể có ảnh hưởng lớn lao tới nước Mỹ – nơi mà ngày càng có nhiều người bị mất việc làm.

Và những tác động tiềm năng ngoài nước Mỹ là một thực tế. Startup Weekend không chỉ hoạt động ở Tây Âu, chương trình này còn vươn tới Nigeria, Tunisia, Nga, Chi-lê và Li-băng. Việc tạo ra công ăn việc làm cho các quốc gia kém thịnh vượng hơn, kém phát triển hơn sẽ góp phần thúc đẩy kinh tế và tạo ra ổn định chính trị. Có thể bạn đã nghe thấy đâu đó, thế giới chưa bao giờ phẳng như ngày nay. Không quan trọng là bạn là ai hay bạn ở đâu, chúng ta hoàn toàn đều có thể có được lợi ích từ việc tiếp cận những người khác, những đồng đội tiềm năng ở khắp nơi trên thế giới.

Như Ringwald đã nói: “Tôi nghĩ rằng Startup Weekend có thể trở thành một hình thức ngoại giao mới. Thay vì gửi hỗ trợ quân sự, chúng ta có thể ươm mầm những doanh nhân ở các quốc gia khác vì khi mọi người khởi sự kinh doanh và bắt đầu cuộc sống, họ ít có động lực tạo ra chiến tranh hay khủng bố ở nhiều nơi khác nhau.” Chúng ta có thể sử dụng kinh nghiệm của chính nước Mỹ để thúc đẩy tinh thần doanh nhân ở những quốc gia đang bị ảnh hưởng bởi chiến tranh, cũng như các quốc gia kém phát triển. Cô cho biết thêm rằng: “Sẽ tuyệt vời biết bao nếu đưa mô hình thành công của Mỹ tập trung vào các quốc gia bị ảnh hưởng bởi chiến tranh, khủng bố, thiên tai… rồi giúp người dân tạo dựng cuộc sống xã hội ổn định hơn.”

Vậy, cuộc cách mạng tinh thần doanh nhân là kết quả của công nghệ, cũng giống như những thay đổi kinh tế, xã hội ở quy mô lớn khác. Nhưng cũng có những nhân tố quan trọng khác – như sự phát triển của vốn rủi ro. Giờ đây, các nhà đầu tư sẵn sàng đặt

cược vào các công ty khởi nghiệp theo những cách chưa từng có trước đây. Và cũng có cách tư duy mới để đánh giá điều gì giúp một công ty khởi nghiệp thành công. Công việc được thực hiện bởi những người như Steve Blank đã cho thấy rằng mọi người không cần phải trông chờ vào may mắn để thành công. Có hẳn một quá trình và lý giải rõ ràng cụ thể về cách các doanh nhân phân tán rủi ro và tăng trưởng với nhịp độ suôn sẻ trong quá trình tạo ra thứ gì đó lớn lao. Việc các doanh nhân phải học cách áp dụng những thông lệ tốt nhất, hiểu cách thử nghiệm và học hỏi từ những người đi trước là rất quan trọng.

VĂN HÓA DOANH NHÂN

Tổng thể môi trường cho các doanh nhân đang thay đổi. Chính từ doanh nhân đang ngày càng được sử dụng nhiều hơn. Trong khi vẫn còn rất nhiều việc phải làm để có thể hòa nhập các nghề nghiệp khác vào thuật ngữ này – đặc biệt là giới học thuật và luật gia – thì đến nay đã có rất nhiều tiến triển. Các công ty lớn đang bắt đầu tìm hiểu cách mà đổi mới sáng tạo có thể xuất hiện. Một số các công ty lớn đang hướng tới việc tạo ra môi trường khởi nghiệp trong chính văn phòng của họ bằng cách sử dụng các công cụ quản lý dự án mà chúng ta đã nói ở Chương 5.

Tuy nhiên, họ cũng đã nhận thấy rằng các công ty khởi nghiệp rất hiệu quả trong việc tạo ra những đổi mới sáng tạo và họ có lẽ không cần phải tự làm nhiều việc đến vậy. Nick Seguin ở Quỹ Kauffman cho biết anh đã thấy rất nhiều công ty lớn đang chuyển các khoản đầu tư nghiên cứu và phát triển (R&D) sang hoạt động thâu tóm các công nghệ do các công ty khởi nghiệp mang lại, hoặc thậm chí mua lại chính các công ty đó. Thế nên, những tiến triển này cũng đồng nghĩa với việc các công ty lớn đang đóng vai

trò quan trọng trong thành công của các công ty khởi nghiệp, và đang hướng sự chú ý tới hệ sinh thái khởi nghiệp.

Và giới truyền thông cũng vậy, có hàng loạt bài viết ở khắp các báo và tạp chí lớn, các kênh truyền hình chính, các đài phát thanh về tầm quan trọng của khởi nghiệp. Thường đó là những câu chuyện hấp dẫn về việc ý tưởng của một người nào đó đã góp phần thay đổi cộng đồng tốt hơn. Nhưng liệu những câu chuyện này đã đủ để thay đổi được văn hóa hay chưa?

Chúng ta đã nói nhiều về sự sáng tạo như một phần gen DNA của nước Mỹ, nhưng vẫn còn rất nhiều những ánh nhìn lạ lẫm khi một số người giới thiệu chồng, vợ trong đám đông – khi phần lớn là chuyên gia ngân hàng đầu tư hay chuyên gia marketing – và đột nhiên có người nói: “Ồ, anh ta đang tự kinh doanh à?” Đơn giản là điều này vẫn chưa trở thành một chuẩn mực văn hóa thông thường. Vẫn luôn có các khía cạnh tâm lý và xã hội khi trở thành doanh nhân. Nếu chúng ta có thể tạo ra một cộng đồng lớn những người có tương tác với tinh thần doanh nhân, hoặc ít nhất cũng biết ai đó là một doanh nhân, thì rào cản sẽ thấp dần đi.

CÁC BƯỚC KẾ TIẾP LẶP ĐI LẶP LẠI

Startup Weekend phục vụ nhiều mục đích cho nhiều đối tượng khác nhau. Startup Weekend giúp các doanh nhân tiến tới bước kế tiếp trong hành trình của mình, cho dù họ ở nấc nào trong thang khởi nghiệp. Với những người hiểu mình đang làm gì và muốn gì, chương trình mang lại một giai đoạn định kỳ để hoàn thành các công việc. Họ biết họ có thể tiếp cận mọi người, tập trung vào những điều liên quan đến tầm nhìn doanh nhân vào

cuối tuần, và thực sự có thể khởi sự điều gì đó. Startup Weekend là bước phát triển kế tiếp trong hành trình trở thành doanh nhân.

Với những người khác, Startup Weekend là công cụ xây dựng cộng đồng. Đây đơn giản là cách để gặp mọi người, và thậm chí là khi bạn tham gia mà không có công ty đã thành lập sau cuối tuần, ít nhất 70 người vốn dĩ không quen biết nhau đã trở nên quen biết. Và ai mà biết được rằng liệu điều gì sẽ xảy ra kế tiếp. Có thể một vài năm sau, khi một người từ buổi gặp cuối tuần lần đó tham gia vào một công ty mới, người đó sẽ gọi lại cho đội nhóm của mình và hỏi xem liệu có ai quan tâm tới cơ hội mới hay không.

Với những người khác, và điều này cực chính xác khi sự kiện được tổ chức ở các khu vực ít tinh thần doanh nhân hay các thành phố, đặc biệt là ở các vùng như Đông Âu chẳng hạn, Startup Weekend là bằng chứng điển hình của việc bạn có thể phát triển điều gì đó và không phát triển nó sau cuối tuần. Nền văn hóa mà bạn đang sống trước giờ chưa thực sự chấp nhận tính chính thống của tinh thần doanh nhân khởi nghiệp, nhưng điều đó có thể được công nhận và bạn có thể trở thành một người tiếp nhận sớm. Trong khi đó, kinh nghiệm của bạn có thể giúp bạn học hỏi điều gì đó về các kỹ năng cũng như giúp bạn tiếp cận được mạng lưới doanh nhân khắp toàn cầu. Có thể bạn sẽ đưa ra quyết định rằng đã đến lúc phải khám phá tinh thần doanh nhân ở đâu đó khác, hoặc bạn sẽ là người bắt đầu thay đổi văn hóa của môi trường xung quanh mình.

Bất chấp việc bạn có thể ở đâu trong các nhóm trên, Startup Weekend sẽ giúp bạn kiểm nghiệm những phiên bản khác nhau của chính bạn. Startup Weekend không giúp bạn thay đổi mô

hình kinh doanh hay sản phẩm trong vòng 48 giờ, nhưng nó có thể giúp bạn thay đổi chính mình. Và việc thử nghiệm tinh thần doanh nhân có thể là một trải nghiệm thay đổi cuộc đời.

Seguin nhớ lại việc gặp gỡ các thành viên ở chương trình Startup Weekend tại New York. "Đây là một việc khó khăn, bạn đang kiếm nhiều tiền, và không ngủ đủ giấc. Nhưng vì một số lý do nào đó, bốn người này tham gia vào cuối tuần này và thức đến ba giờ sáng rồi quay lại vào 9 giờ sáng hôm sau." Lý do khá rõ ràng, Startup Weekend là cơ hội để thử nghiệm thứ gì đó mới mẻ. Bạn không có nhiều cơ hội giống như vậy trong cuộc sống vì những gì bạn đang làm hoặc những cam kết của bạn là với gia đình, hoặc những gì tương tự. Sếp của bạn có thể không vui nếu biết bạn đã có 54 giờ rảnh suốt cuối tuần. (Chúng tôi sẽ không nói đâu!)

Các cá nhân đang thử nghiệm những phiên bản mới của chính mình có thể tự tạo ra những cộng đồng riêng. Nếu bạn dành một chút thời gian vào thế giới của tinh thần doanh nhân, bạn sẽ bắt đầu nghe thấy mọi người nói: "Ồ, tôi đã gặp qua một số người ở các buổi Startup Weekend."

Theo thời gian, Startup Weekend sẽ tiếp tục tạo ra cả những mối quan hệ lỏng lẻo lẫn chặt chẽ giữa những người có chung mối quan tâm về thế giới doanh nhân. Startup Weekend đã tạo ra một kiểu quan hệ giữa những người cam kết làm cho hệ sinh thái khởi nghiệp vận hành.

Tất cả chúng ta đều có xu hướng sẽ nhìn vào những đối tượng chính trong nền kinh tế – chính phủ, các công ty lớn, những nhà từ thiện siêu giàu – và giả định là họ sẽ là nhân tố thành bại cho sự thành công của cộng đồng và thế giới của chúng ta. Nhưng

ngay bây giờ, có một mạng lưới khắp toàn cầu của những người cam kết với mô hình khởi nghiệp. Tất cả các doanh nhân là những lực lượng mạnh nhất tạo ra sự thay đổi thế giới này.

LỜI TRI ÂN

VIẾT MỘT CUỐN SÁCH cần nỗ lực rất lớn và chúng tôi sẽ không thể hoàn thành nó nếu không có sự hỗ trợ của cộng đồng Startup Weekend. Từ các câu chuyện mà những người tham dự đã chia sẻ với chúng tôi cho đến các phản hồi mà chúng tôi đã nhận được ở mọi giai đoạn xuyên suốt hành trình của mình, cuốn sách này là kết quả của hàng trăm, nếu không phải hàng nghìn đóng góp cá nhân. Có quá nhiều người để chúng tôi nói lời cảm ơn, theo một ý nghĩa rất thực tế và mỗi người tham dự Startup Weekend đều để lại dấu ấn trong tổ chức của chúng tôi; do đó, mặc dù có nhiều người chưa nổi tiếng, nhưng họ đều là những phần thiết yếu của câu chuyện.

Chúng tôi liệt kê tên các doanh nhân chia sẻ câu chuyện của họ theo danh sách ở trang bên. Chúng tôi không thể diễn tả hết sự biết ơn của mình đối với những cựu sinh viên, bạn bè và người ủng hộ đã chia sẻ những trải nghiệm Startup Weekend của họ. Chúng tôi đã cố gắng đính kèm hết tên của mọi người và chúng tôi chân thành xin lỗi nếu lỡ bỏ sót tên của bất cứ ai.

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn đội ngũ hỗ trợ hết mình và tháo vát tại John Wiley & Sons, Inc. Chúng tôi đặc biết ghi nhận sự đóng góp của biên tập viên Dan Ambrosio và biên tập viên phát triển Christine Moore. Chúng tôi cũng muốn cảm ơn Naomi Riley bởi sự hỗ trợ của cô dành cho bản thảo.

Chúng tôi không thể nào bày tỏ hết lòng biết ơn với những gì mà Quỹ Ewing Marion Kauffman đã làm để hỗ trợ và thúc đẩy Startup Weekend cùng hàng nghìn doanh nhân đầy đam mê khác trên khắp nước Mỹ.

Chúng tôi xin gửi lời cảm ơn đặc biệt tới Carl Schramm và Steve Blank về tất cả những gì họ đã làm và tiếp tục làm để hỗ trợ các doanh nhân. Chúng tôi rất vinh dự được làm việc với quý vị.

Chúng tôi muốn cảm ơn Hội đồng cố vấn bao gồm David Cohen, Bo Fishback, Eric Koester, Dan Martell, Danielle Morrill, John Sechrest và Nick Seguin; và Luật sư Startup, Ryan Roberts. Những chỉ dẫn và phê bình mang tính xây dựng, cùng sự hỗ trợ hào phóng của quý vị đã giúp phát triển tổ chức này theo cách mà chúng tôi không bao giờ có thể nghĩ đến.

Startup Weekend sẽ không thể phát triển nếu không có đội ngũ các nhà tổ chức siêu sao khắp toàn cầu. Mỗi ngày, các bạn nhắc nhở chúng tôi về lý do tại sao chúng ta lại ở đây và những gì mà một nhóm nhỏ những người tận tụy và gắn kết tham gia có thể đạt được. Mỗi người trong số các bạn là một phần quan trọng trong cộng đồng của chúng ta – Startup Weekend muôn năm!

Tương tự, chúng tôi xin cảm ơn mạng lưới các cố vấn tuyệt vời: Adam Philipp, Bob Crimmins, Bruce D’Ambrosio, Buzz Bruggerman, Charlie O’Donnell, Ed Kimm, Greg Gottesman, John

Cook, Jonathan Berger, Kal Vepuri, Marcelo Calbucci , Mark Merich, Matt Shobe, Meng Wong, Mike Koss, Nate Wetheimer, Neil Patel, Rebecca Lovell, Roy Leban, Shaherose Charania, Sherry Reynolds và Tony Bacigalupo.

Đối với tất cả những cố vấn đã chia sẻ lời khuyên và những thông lệ tốt nhất với chúng tôi nhiều năm qua, cảm ơn quý vị rất nhiều. Danh sách dưới đây chưa hoàn chỉnh: Andy Sack, Bill Warner, Brad Feld, Dave McClure, Denis Browne, Eric Ries, Jessica Livingston, John Lewis, Jonathan Ortmans, Kathleen Kennedy, Mark Suster, Robert Scoble và Yosi Vardi.

Sẽ thật tắc trách nếu không thừa nhận sự đóng góp to lớn của các nhà tài trợ toàn cầu, họ không chỉ đóng góp ở khâu tổ chức mà còn giúp đỡ hàng nghìn người từng tham dự Startup Weekend. Xin được gửi lời cảm ơn vô vàn đến Amazon Web Services (Rodica Buzescu), oDesk, O'Reilly, Microsoft BizSpark (đặc biệt là Juliano Tubino, Julien Codiniou, Ludo Ulrich và các quý vị trong đội toàn cầu), Sun Microsystems (đặc biệt là Jeremiah Shackelford), TokBox và Twilio. Một lần nữa, xin cảm ơn các nhà tài trợ vùng và địa phương đã giúp chúng tôi mang sự kiện của mình đến các thành phố trên toàn thế giới.

Chân thành cảm ơn nhóm cốt lõi của Startup Weekend: Keith Armstrong, Jennifer Cabala, Anca Foster, Ashley Hodgson, Maris McEdward, Joey Pomerenke, Tawnee Rebhuhn, Shane Reiser và Adam Stelle vì niềm tin và cam kết với tầm nhìn của chúng ta. Các bạn chính là những người tuyệt vời! Chúng tôi đặc biệt muốn cảm ơn Maris McEdward vì sự cống hiến và đảm đương các công việc khó khăn trong suốt quá trình viết sách. Chúng tôi muốn nói rằng chúng tôi không thể làm điều này mà không có các bạn.

Cuối cùng, chúng tôi xin cảm ơn gia đình, bạn bè và bạn gái của chúng tôi. Đó là một con đường dài và đôi khi có những gập ghềnh khúc khuỷu bất ngờ nhưng những điều đó không bao giờ ngăn cản sự ủng hộ và tin tưởng của họ dành cho những gì chúng tôi tạo ra. Và, tất nhiên, chúng tôi muốn cảm ơn Andrew Hyde, người đã làm tất cả những gì có thể để bắt đầu mọi thứ.

NHỮNG NGƯỜI ĐÓNG GÓP:

Adam DeLong	Arantza Uriante
Alex Farcet	Arthur Nisnevich
Alexa	Bastien Serafin
Andrzejewski	Bedy Yang
Alexis Ringwald	Don Caruso
Amir Harel	Don Ritzen
Anders Hedberg	Donald DeSantis
André Reuba	Eli Hayes
Andy Dragt	Elizabeth Grigg
Angie Chang	Elyssa Ludher
Antonios Manessis	Eric Jorgensen
Anuranjita Tewary	Eric Lagier

Evan Buxbaum	Jim Benson
Evgeny Pogorelov	Jim England
Francesco Mancusi	John Britton
Frank Denbow	Jon Rossi
Friederike Welter	Jonathan Berger
Gabe Pelegrin	Jonny Lee
Hélène Durand	Kenny Nguyen
Couppel de Saint Front	Kevin Leneway
Humberto Lee	Kevin Owocki
Ian Hunter	Kris Fuehr
Imo Udom	Kyle Ellicott
James Briant	Kyle Kesterson
James Digby	Lesa Mitchell
James Hobbis	Leslie Mack
Jason Armishaw	Liang Shi
Jason Reynolds	Liesbeth Vriens
Jean-François Vermont	Lorraine Ball
Jeff Martens	Ludmilla Figueiredo
Jeffrey Paine	Michael Maddox

Jeremy Haberman

Jeremy Lightsmith

Jeremy Monat

Jerry Suhrstedt

Jesse Maddox

Michael Marasco

Michael Pastko

Mike van Hoenselaar

Mike Vandenbos

Mikey Tom

Nathan Bashaw

Naz Rin

Nicholas Gavronsky

Nick Burke

Nick Martin

Maria Encinar

Marshall Hayes

Matt Talbot

Matthew Titsworth

Matylda Czarnecka

Maya Bisineer

Megan Molino

MeLinda McCall

Philippe Gelis

Randy Hook

Rebecca Lovell

Richard Grote

Roland Gr€opmair

Roy Leban

Sasha Pasulka

Scott Weiss

Sean Kean

Seth Samuels

Shane Mac

Sherwood Neiss

Stefano Orowitsch

Melody Biringer	Steven Thrasher
Michael Coates	Therese Hansen
Michael Irizarry	Thibaut Labarre
Michael Leow	Thubten Comerford
Nick Seguin	Tim Gasper
Nico Habraken	Toke Kruse
Norris Krueger Oksana	Tyler Koblasa
Yaremchuk	Vivian Tian Na
Olivier Desmoulin	Wendy Overton
Pankaj Jain	Willy Braun
Particia Araque	Yaniv Feldman

-Hết-